T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

İLETİŞİM YAKLAŞIMIYLA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI, YEŞİL KAVRAMI VE YEREL-KÜRESEL YANSIMALARI İLE İLGİLİ BİR İNCELEME ÖRNEĞİ

SALİH AYDIN
2501130327

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Fırat TUFAN

İSTANBUL, 2017

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı	:	SALİH AYDIN	**Numarası**	:	2501130327
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı	:	HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM/ YÜKSEK LİSANS	**Danışmanı**	:	YRD.DOÇ.DR.FIRAT TUFAN
Tez Savunma Tarihi	:	27.01.2017	**Saati**	:	11.00
Tez Başlığı	:	İLETİŞİM YAKLAŞIMIYLA SÜRDÜRÜBİLİRLİK KAVRAMI, YEŞİL KAVRAMI VE YEREL-KÜRESEL YANSIMALARI İLE İLGİLİ BİR İNCELEME ÖRNEĞİ			

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **36. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. ECE KARADOĞAN		KABUL
2- DOÇ. DR. AYDA UZUNÇARŞILI SOYDAŞ		KABUL
3- YRD. DOÇ. DR. FIRAT TUFAN		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- YRD. DOÇ. DR. EDA MEZDA		
2- YRD. DOÇ. DR. FERİDE AKIM		

ÖZ

İLETİŞİM YAKLAŞIMIYLA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI, YEŞİL KAVRAMI VE YEREL-KÜRESEL YANSIMALARI İLE İLGİLİ BİR İNCELEME ÖRNEĞİ

SALİH AYDIN

Yaşadığımız gezegenin kaynaklarının sınırsız olmadığı gerçeği, birçok bilimsel alanı çözüm önerisi sunma yönünde uzun yıllardır meşgul etmektedir. Dünya'da hali hazırdaki sistem ve yaklaşımların devam etmesi durumunda ekolojinin geri dönülemez biçimde zarar görmesi riski gün geçtikçe artmaktadır. Çok da uzak bir geçmiş sayılmayacak zamanlarda yaşanan çevre felaketlerinin oluşturduğu travmalar insanların sürdürülebilirlik konusuna daha fazla önem atfetmeye başlamasına neden olmuştur.

Yaşanan felaketler sonucunda insan hayatının ekolojik hayatın canlı kalmasına bağlı olduğu gerçeği daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Sürdürülebilirlik konusunu insanların bu konuya daha fazla önem atfetmeye başlamasıyla birlikte gerek hükümetler gerek medya gerekse de şirketler daha fazla gündeme getirmeye, özellikle iletişim çalışmalarında bunun üzerinde durmaya başlamışlardır.

Mantıksal temelde baktığımız zaman çevreye muadillerine göre daha az zarar veren ya da zarar vermeyen, geri dönüştürülebilir ya da yenilenebilir olan ürünlerin, hizmetlerin veya enerjinin kullanımı insanlar bu konuda bilinçlendikçe yükselmektedir ve yükselecektir.

Çok da uzak olmayan bir gelecekte sürdürülebilirlik ve iyi bir gelecek konusunda bir planı olmayan siyasi partilerin seçilmesi daha da zorlaşacak, yenilenebilir, geri dönüştürülebilir ya da doğaya zararsız olmayan ürünler, çevreye duyarlı olmadığı düşünülen şirketler ve kurumlar -buna yeşil olmayanlar da diyebiliriz- yakın gelecekte piyasalarda ya da toplum içerisinde kendilerine yer bulmakta zorlanacaklardır.

Bu çalışma dünyanın uzun zaman önce içine girmeye başladığı Sürdürülebilirlik ve Yeşil trendlerinin nasıl ve neden önemli olduğunu yerel ve küresel örneklerle incelemektedir. Bunun yanında dijital göçmenler ve dijital yerliler olarak isimlendirdiğimiz iki jenerasyonun yeşil ve sürdürülebilirlikle ilgili farkındalığı ve satın-alma davranışları bir anket çalışması yardımıyla incelenecek ve ülkemizdeki güncel durum veriler yardımıyla analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Yeşil, Yeşil İletişim, Çevresel Farkındalık, Yeşil Halkla İlişkiler.

ABSTRACT

A COMMUNICATIONAL APPROACH TO SUSTAINABILITY AND GREEN AND AN EXAMPLE OF THEIR LOCAL-GLOBAL REFLECTIONS

SALİH AYDIN

The sources that our planet have are not unlimited and this truth is occupying many scientific areas to find solutions or alternative options substitute for these sources. If people continue to use current system and approaches, ecological damage will be irreversible and this risk is growing from day to day. The planet previously has experienced many ecological disasters and these experiences have made people more careful about ecology and raised awareness about the environment.

Disasters that planet had experienced has shown that the life is depended on ecology and environment. It has become a current issue for previous years. With sustainability becoming an issue for people; governments, companies and media have started paying attention to sustainability and organizing their public relations according to these issues.

When we observe about what is going on around us, we will see that people are using green products and being more careful about environment. In reality these green life, green energy and green services trends are being used more and will be used more in the future.

Political parties that have no plan about sustainability and a green future seems hard to be successful in elections. Recyclable, renewable products and services will be more popular in the future but in a contrary scenario the companies and products that are not green will live hard times to find a space for themselves.

This thesis is examining by giving local and global examples that why and how sustainability and rising green world trend is important in the world which has been pretty much effected for a long period of time. Additionally, we are going to analyze purchasing and awareness about green and sustainability regarding digital migrants and digital native. A survey is going to give us data about today's situation and awareness in our country.

Keywords: Sustainability, Green, Green Communication, Environmental awareness, Green Public Relations

ÖNSÖZ

Küreselleşmenin bir sonucu olarak, günümüzde hem özel olarak ülkeler, hem de tüm dünya, bir ülkenin tek başına altından kalkamayacağı, yeryüzünün tüm kara, hava ve deniz alanlarını da içine alan çevre kirliliği gibi büyük bir problem başta olmak üzere, ozon tabakasının incelmesi, küresel ısınma ve iklim değişikliği, hayvan ve bitki türlerinin (ekolojik çeşitliliğin) azalması, asitleşme, kullanılabilir su kaynaklarının plansız tüketilmesi, küresel yoksulluk, finansal istikrarsızlık, salgın hastalıklar, savaşlar, göçler, kentleşme ve gürültü kirliliği ve daha nice sorunlarla uğraşmak ve bunları yönetmek zorundadırlar.

Çalışmaya başlamadan önce karşıma çıkan sürdürülebilirlik ve ingilizcesi "greening" olarak geçen "yeşil" kavramlarının pazarlamaya ve Halkla ilişkiler gibi alanlara entegre edilmeye başlandığını gözlemlemekteydim fakat ülkemizde bu konu ile ilgili ne gibi adımlar atıldığını ya da farkındalığın ne boyutta olduğuyla ilgili herhangi bir çalışma gözüme çarpmamıştı. Ben de Sürdürülebilirlik konusunda dünya'da nerede olduğumuzu görmek açısından ve bu konuyla ilgili çalışma yapacak özel ve tüzel kişilere ışık tutması bakımından bu çalışmayı yapmaya karar verdim. Elimde Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularıyla ilgili kapsamlı bir yerli örnek bulunmaması ilk başlarda beni zorlamış olsa da, gerek yabancı kaynaklar gerekse de konunun sürekli gündemde olması işimi biraz daha kolaylaştırdı. Bu çalışma süresince manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Prof. Dr. Ece Karadoğan hocama ve teze son şeklini vermemde emeği geçen Yrd. Doç. Dr. Fırat Tufan hocama ve çalışma esnasında bana desteğini esirgemeyen aileme, zaman konusunda büyük esneklikler gösteren işverenim Gençbay Parke ailesine ve bana kazandırdığı bilgi ve dostluklarla İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi kadrosuna ve İstanbul Üniversitesi kurumuna teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ ..... **III**

ABSTRACT ..... **IV**

ÖNSÖZ ..... **V**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **VIII**

GRAFİKLER LİSTESİ ..... **IX**

GİRİŞ **1**

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI VE ÖNEMİ

1.1. "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK" KAVRAMI **2**

1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMININ TARİHÇESİ **4**

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNU GÜNDEME TAŞIYAN KRİZ ÖRNEKLERİ **8**

1.3.1.Bhopal Felaketi 8

1.3.2.Çernobil Reaktör Kazası 12

1.3.3.Kuveyt Petrol Yangınları 17

1.3.4.Exxon Valdez Petrol Sızıntısı 19

1.3.5.Aral Gölü Felaketi 21

1.3.6.BP Deppwater Horizon Petrol Sızıntısı 23

1.3.7.Çevre Sorunlarının Algısı Bakımından ABD Örneği 25

1.4. ÜLKEMİZDE EN FAZLA ENDİŞE DUYULAN ÇEVRE SORUNLARI VE İLLERE GÖRE DAĞILIMI **27**

1.5. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL ANLAYIŞ **32**

2.YEŞİL KAVRAMI VE

LİTERATÜRE GİREN YEŞİL TERİMLER

2.1 BİR ANA AKIM OLARAK YEŞİL KAVRAMININ TANIMI **34**

2.2 YEŞİL KAVRAMININ TARİHÇESİ **34**

2.3. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YEŞİL ANLAYIŞ **36**

2.3.1 BM SEVİYESİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL 38

2.3.2 KYOTO PROTOKOLÜ 42

2.3.3. 2015 PARİS İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ ZİRVESİ 44

2.3.4. YEREL-KÜRESEL HÜKÜMET POLİTİKALARI 46

2.3.4.1 AKP 48

2.3.4.2 CHP 49

2.3.4.3 Demokratlar (ABD) 51

2.3.4.4 Cumhuriyetçiler (ABD) 53

2.3.4.5.Yeşil Seçmenler ve Vatandaşlar 55

2.4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, YEŞİL KONUSU VE SİYASİ YÖNETİM 57
2.5.KÜRESEL ANLAŞMALAR, SEÇMEN KARARLARI, PAYDAŞ İLETİŞİMİ VE HÜKÜMETLER 59
2.6. GELİŞEN YEŞİL ANLAYIŞ VE YENİ KAVRAMLAR 60
2.6.1.Yeşil İletişim 61
2.6.1.1 Yeşil Halkla İlişkiler 62
2.6.1.2 Yeşil Sosyal Sorumluluk 63
2.6.1.3 Yeşil İmaj 65
2.6.1.4 Yeşil İtibar 65
2.6.1.5 Yeşil Sponsorluk 67
2.6.2 Yeşil Marka 68
2.6.3 Yeşil Reklam 69
2.6.4 Yeşil Kişisel Satış 71
2.6.5 Yeşil Davranış 71
2.6.6 Yeşil Etiketler 76
2.6.7 Yeşil Tasarım ve Ergonomi 80
2.6.8. Yeşil Beyin Yıkama 82
2.7.YEŞİL TÜKETİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE DEĞİŞEN ALIŞKANLIKLAR 84
2.7.1 Yaş Faktörü 84
2.7.2. Cinsiyet ve Medeni Durum 89
2.7.3. Gelir 90
2.7.4. Demografik, Kültürel, Psikografik Özellikler ve Eğitim 91

3.DIJITAL GÖÇMENLERİN VE DIJITAL YERLİLERİN SÜRDÜRÜLEBILIRLIK VE YEŞIL KONULARIYLA İLGİLİ DAVRANIŞLARININ ARAŞTIRILMASI

3.1 Araştırmanın Konusu 94
3.2 Araştırmanın Önem ve Amacı 94
3.3 Araştırmanın Sınırlılıkları 95
3.4 Araştırmanın Yöntemi 95
3.5 Verilerin Analizi ve Yorumu 95
SONUÇ 108
KAYNAKÇA 110
EKLER 124

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Amerikalıları sürdürülebilirlikle ilgili endişelendiren konular 26

Tablo 2: Ülkemizde İllere göre en çok endişe duyulan konular 28

Tablo 3: Yeşil Ürün satın alma davranışları 72

Tablo 4: En Fazla yapılan çevreci tüketici davranışları 74

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Türkiye'deki öncelikli çevre sorunlarının illere göre dağılımı.....29

Grafik 2: Ankete katılanların gelir dağılımları 97

Grafik 3 :Önlem alınmaması durumunda dünyadaki doğal kaynakların tükeneceğini düşünenler 97

Grafik 4 : Kurumların ve şirketlerin sürdürülebilirlik çalışmaları doğal kaynakların geleceğini garanti altına alabilir mi? 98

Grafik 5: Katılımcıların Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularını nasıl öğrendikleri konusu 99

Grafik 6: Katılımcılara sorulan yeşil ve sürdürülebilirlik ile ilgili konuların yazılı ve görsel basında yeterince yer alıp almadığı konusu 100

Grafik 7: Sürdürülebilirlik ve Yeşil Konularında kaynağın güvenilirliği..... 100

Grafik 8: Sürdürülebilir politikaları uygulayan kurum ve ürünlerin tercih edilebilirlik istatistikleri 101

Grafik 9 : Çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünlerle ilgili olumlu ya da olumsuz fikirlere sahip olma istatistikleri 102

Grafik 10: Çevreye zararı olmayan ürünlerin çevreye zararı olan ürünler karşısında tercih edilme seviyesi 102

Grafik 11: Satın-alma davranışında bulunurken on üründen ortalama kaç tanesinde çevresel duyarlılığın etkili olduğu..... 103

Grafik 12: Ürünlerin niteliği çok iyi bile olsa çevreye zararlıysa katılımcılar tarafından tercih edilip edilmeyecekleri 104

Grafik 13: Çevreci ürünler gelecek nesillerin de doğal kaynaklardan yararlanması adına etkili olabilir mi? 104

Grafik 14: Siyasi kurumların ve hükümetlerin yeşil ve sürdürülebilirlik konusundaki çalışmaları yeterlidir..... 105

Grafik 15: Satın alınan ürünlerin ambalajlarının geri dönüştürülebilir ya da çevreye Zarasız oluşu önemli bir konudur 106

Grafik 16: Enerji tasarrufunun ve enerji tasarruflu ürünlerin gelecek nesillerinde bu kaynakları kullanması açısından önemi 106

Grafik 17: Partilerin ve siyasi kurumların iyi bir gelecek planına sahip olmasının insanlar üzerinde pozitif bir etki bırakıp bırakmadığının incelenmesi..... 107

GİRİŞ

İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için verimli topraklara, temiz suya ve oksijene ihtiyaçları vardır. Günümüz ekonomisinin ortaya çıkardığı rekabet, bir takım insanların ve şirketlerin daha fazla kazanma ve daha yüksek karlar elde etme hırsı, tüm olumlu gelişmelere rağmen doğadaki zararı geri dönülemez bir noktaya doğru sürüklemektedir. Bu gerçeğin farkında olan bazı şirketler ve kurumlar davranışlarını insanların bu konudaki endişelerine göre modifiye etmeye başlamışlardır. Tabii ki bunun altında geleceği okuyabilme becerisi yatmaktadır.

Özellikle gelişmiş ülkelerde popüler basın ve yayın kuruluşları, çevresel endişelerin ve tehlikelerin sürekli olarak tartışıldığı, işlendiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekolojik anlamda hayati olan bu konularda halkların farkındalığı arttıkça dünyadaki birçok hükümet de çevresel konularla ilgilenmeye ve insanların endişelerini paylaşmaya başlamış ve bu endişe, doğal olarak onların programlarına yansımış ve yansımaya devam etmektedir.

Yeryüzünde yaşamın kalitesi düşmeden sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi konusu, farklı bilim dallarının kapsamına girmekte ve birçok boyutuyla bu konu ele alınmaktadır. Bu bilim dalları tarafından incelenen sürdürülebilirlik, üretim ve tüketim süreçleri açısından değerlendirilmiş ve stratejiler oluşturulurken bu stratejilere önemli bir konu olan 'yeşil' konusu da dahil edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde "Sürdürülebilirlik" ve "Yeşil" kavramı detaylı olarak incelenmiş, bununla birlikte Dünya'da insanlar tarafından "Sürdürülebilirlik" konusunun ciddiyetinin anlaşılmasında kilometre taşı denilebilecek, meydana gelmiş elem felaketlere ve bunların sonuçlarına değinilmiştir. Daha sonra Yeşil kavramıyla ilgili küresel örnek ve çalışmalar üzerinde durulmuş ve Yeşil kavramıyla birlikte ortaya çıkan yeşil terimler açıklanmıştır. Son bölümde ise Dijital Yerliler ve Dijital göçmenler olarak isimlendirdiğimiz iki jenerasyonun tüketim ve satın-alma davranışları üzerine bir anket çalışması yapılmış ve bu çalışmadan elde edilen veriler yorumlanmıştır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI VE ÖNEMİ

1.1. "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK" KAVRAMI

Sürdürülebilirlik konusu, son yıllarda daha fazla anlaşılmaya ve önemsenmeye başlanmıştır. Bu konunun hayati bir olgu olduğu güncel olarak bu konuda yayınlanan tüm yayınlarda açıkça görülmektedir. Kavramla ilgili çeşitli kurumlar ve sözlükler birçok açıklama ve tanımlama yayınlamışlar ve hali hazırda yayınlamaya devam etmektedirler.

Kavramın kökenine gelince "Sürdürülebilirlik" yani İngilizce "Sustainability" kelimesi latince "tutmak" vb. gibi anlamlara gelen 'tenere' kelimesinden türetilmiştir. Aynı zamanda kelimenin İngilizce kökünde bulunan 'Sustain', 'sürdürmek','desteklemek ya da 'devam etmek' gibi anlamlara da gelmektedir.[1] Birleşmiş Milletlerin Bruntland Komisyonunun 20 mart 1987'de yaptığı bir toplantıda :"Sürdürülebilir gelişme halihazırdaki insan ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini riske atmadan yani gelecek nesillerin yaşamlarından çalmadan bugünkü ihtiyaçlarımızı karşılayabilmektir" olarak tırnak içine alınmıştır.[2]

Oxford Üniversitesinin sözlüğünde "sürdürülebilirlik" kavramı için; "Belirli bir oranı ya da seviyeyi aynen devam ettirme, doğal kaynakları tüketmekten sakınarak doğal dengeyi koruma[3]" gibi bir tanımlama yapılmıştır.

Kavramın açıklanmasıyla ilgili güvenilir olduğu düşünülen çok sayıda kurum, konsey ve ajans çalışma yapmıştır. Örneğin Birleşik Devletler Çevre Koruma Ajansına göre: "Sürdürülebilirlik basit bir temel üzerine kurulmuştur. Bizim hayatta kalmamız ya da refahımızı sürdürmemiz doğrudan ya da dolaylı olarak çevremizdeki doğaya bağlıdır. Sürdürülebilirlik işte bu doğanın desteklenerek üretken bir uyum içinde insan hayatını sürdürülebilecek koşulları korumasını sağlamaktır. Bunu yaparken de şimdiki ve gelecek nesillerin sosyal ve ekonomik gerekliliklerini yerine

[1] William Little, H.W. Fowler, Jessie Coulson, **Charles Talbut Onions The Shorter Oxford English Dictionary,** Clerandon Press S.2095 (1964).
[2]Çevrimiçi, http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf, 21 Şubat 2014.
[3]Çevrimiçi, http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sustainable, 22 Nisan 2015.

getirebilecek şekilde yapabilmesini sağlayacak bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.[4]"

Dünya sürdürülebilir iş konseyi (WBCSD), sürdürülebilir kalkınma için:"İş dünyasının ve insan yaşamının gereksinimleri ile doğal kaynakların sürdürülebilirliği arasında denge kurularak; ekonomik, çevresel, ve toplumsal boyutlarıyla bugünden geleceğe uyumlu bir planlama yapılmasını amaçlayan bir yaklaşım."[5] açıklaması yapmıştır.

Uluslar arası Doğa Koruma Birliği (IUCN), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Dünyayı Koruma Vakfı (WWF) gibi kurumların üzerinde durduğu tanım ise; Sürdürülebilir kalkınma, yaşam kalitesinin, çevredeki yaşamı destekleyici doğal sitemlerin taşıma kapasitesi içerisinde kalacak şekilde iyileştirilmesidir."[6]m şeklindedir.

Ekolojide ise "sürdürülebilirlik" kelimesi "sürme, devam etme, dayanma kapasitesi" anlamında kullanılmaktadır. Bu aynı zamanda biyolojik sistemlerin ayrı kalması ve süresiz olarak verimli tutulması gibi konularla da ilgilidir. Sulak alanlar ve ormanlar sürdürülebilir biyolojik sistemlere örnek olarak verilebilir. Daha genel bir tabirle Sürdürülebilirlik; sistem ve süreçlerin devamlılığıdır. Sürdürülebilirliği ortaya koymak için gereken temel prensip sürdürülebilir gelişmedir. Bunun yanında bu prensiplere, birbirine sıkı sıkıya bağlı dört alanı daha dahil edebiliriz: ekoloji, ekonomi, politika ve kültür.[7]

Sağlıklı bir çevre ve ekosistem insanların ve diğer organizmaların yaşamı için gereklidir. İnsanların doğaya negatif etkisini en aza indirgemek için;"çevre dostu

---

[4] William R. Black**, Sustainable transportation:A US perspective** Volume 4, Issue 3, September 1996, Pages 151–159.
[5]Çevrimiçi, www.eczacıbaşı.com.tr/tr/surdurulebilirlik, 03 Şubat 2015.
[6]Çevrimiçi,**Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, Türkiye'de sürdürülebilir Kalkınma ve Yeşil Ekonomi Alanında En iyi Uygulamamlar ve Başvuru ve Seçim Süreci,** http://www.re.undp.org/content/dam/turkey/docs/news-from-new-horizons/UNDP-TR-Rio20_En_iyi_uygulamalar_başvuru_rehberi_son.pdf., 20 Ekim 2015.
[7]Paul James,**Sustainability;theory and Practise**, Çevrimiçi, http://www.academia.edu/9294719/Urban_Sustainability_in_Theory_and_Practice_Circles_of_Sustainability_2015_. 05 Haziran 2015

kimyasal mühendislik", "Çevresel kaynak yönetimi" ve "çevre koruma" gibi alanlar ortaya çıkmıştır.[8]

"Sürdürülebilirlik kavramının hayatımızda olabilmesi için sosyal bir mücadele de gerekmektedir. Bu sosyal mücadele ulusal ve uluslararası hukuku, yerel ve bireysel yaşam şekillerini ve etik tüketim gibi kavramları da kapsamaktadır. Sürdürülebilir yaşam birçok şekilde ve birçok formda karşımıza çıkabilir. Bu, yaşam şekillerini tekrar organize etmeyi içermektedir.(eko-köyler, eko-yönetimler ve sürdürülebilir şehirler.). Bunların yanında eko-ekonomi alanına yönelik olarak sektörel düzenleme (kalıcı kültür, yeşil bina, sürdürülebilir tarım.) ya da çalışmalar (sürdürülebilir mimari), teknolojiyi kullanarak yeni teknolojiler geliştirme (yeşil teknolojiler, yenilenebilir enerji, ve sürdürülebilir füzyon ve füzyon enerjisi yani atom enerjisi) ya da esnek, geri dönüştürülebilir tasarımlar ve bireysel yaşam tarzlarını doğal kaynakları sürdürülebilecek şekilde ayarlama gibi kavramlar da sürdürülebilirlikle iç içe geçmiş kavramlardır.[9]

Sürdürülebilirlik konusunun genellikle üç sacayağı tabir edilen Tarım, Mimari ve Ekonomi, kaynaklarda daha çok göze çarpmaktaysa da yeni çalışmalarda Sürdürülebilir Toplum konusunun da bu kavramlardan ayrılmaması gerektiğinin üzerinde durulduğu görülmektedir. Yani konu güncel olarak ele alındığında 4 sütun üzerine temellendirilmiştir.

1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMININ TARİHÇESİ

Sürdürülebilirlik tarihinin nereden başladığı ile ilgili farklı görüşler vardır. Bazı çalışmalar 1960'lı yıllarda "Sürdürülebilirlik" konusunun ortaya çıktığından bahsederken bazıları ise konunun tarihinin Antik yunan uygarlığına kadar gittiği önermesini yapmakta bazıları ise ilk çağlara uzandığı tezini desteklemektedir. Uluslararası kuruluşların yayınlarına bakıldığında "ilk çağlara kadar uzandığı" tezinin daha çok kabul edilebilir olduğu görüşü üzerinde durulmaktadır.

---

[8]İain Russell Black, Helene Cherrier, **Anti Comsumption as Part of Living a Sustainable Lifestyle**, Çevrimiçi, http://www.researchgate.net/profile/Iain_Black/publication/48381222_Anti-consumption_as_part_of_living_a_sustainable_lifestyle_Daily_practices_contextual_motivations_and_subjective_values/links/02e7e5295f6f10c824000000.pdf ,10 Aralık 2014.
[9]Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainability ,10 Aralık 2014.

“ Sürdürülebilirliğin tarihi, insanın ekolojik sistemler üzerinde kontrol sahibi olmaya başladığı ilk çağ medeniyetlerine kadar uzanmaktadır”.İlk çağlarda ateşin kullanımı ve tahıl gibi spesifik gıdalara olan ihtiyaç hayvan topluluklarını ve bitkileri etkilemeye başlamıştır. 8.000 ila 10.000 yıl önce hayatları ekolojiye bağlı olan bu tarım toplumları kalıcı eserler meydana getirmeye başlamışlardır.[10]”

“18. ve 19. yüzyıllarda batıda ortaya çıkan sanayi devrimi fosil yakıtları çok büyük miktarlarda kullanma potansiyeli ortaya çıkardı. Önceleri kömür, makineleri çalıştırmaya başladı ve daha sonra kömürle elektrik üretimine geçildi. Tıp alanına gelince modern hijyen koşulları büyük kitleler arasında hastalığın yayılmasını engelledi. Bu da nüfus artışını hızlandırdı. 20. yüzyılın ortalarında çevresel hareketler ortaya çıkmaya başladı ve bu kitlesel hareketler birçok maddenin çevreye zarar verdiğini ve bunların zararlarının yararlarından fazla olduğunu dünyaya duyurmaya başladı. 20. yüzyılın sonlarında çevresel problemlerin küresel ölçekte ortaya çıktığının farkına varıldı. 1973 ve 1979 yıllarında yaşanan enerji krizleri, kitlelerin çevresel problemler ve çevre konusunu daha fazla dikkate almasına ve yenilenemeyen kaynakların enerji üretiminde kullanımının ne kadar riskli olabileceğine dair bilinçlenme yolunda büyük yararlar sağlamıştır.[11]”

21. yüzyıla gelindiğinde fosil yakıtların zararları, sera gazı etkisi ve yok edilen orman alanları konusunda insanlar kitlesel olarak bilinçlenmeye başlamışlardır.[12]

“Sürdürülebilirlik” kavramını ilk çağlardan başlayarak ele alırsak; “İlk çağlarda enerji ve diğer kaynaklar insanların küçük gruplar halinde göçebe yaşamasını gerektiriyordu. Sonraki birkaç bin yıldaki gelişmeler insanın çevreyi kontrol etmesini kolaylaştırmaya başladı. Sanayi devrimi, kaynak kullanımı büyük miktarda artırdı ve

[10] Clarke, Bayliss-Smith, T. and R. Feachem,"**The Structure of Permanence: The Relevance of Self-Subsistence Communities for World Ecosystem Management," in Subsistence and Survival: Rural Ecology in the Pacific London**, Academic Press, S.363–384.
[11] World Wide Fund for Nature (2008). **Living Planet Report 2008** S.7-8 .
[12] BBC News (August 2008). In depth: **"Climate Change."** BBC News, UK. Retrieved on: 2009 March 2014.

1650-1850 yılları arasında 500 milyon kadar olan yeryüzündeki insan nüfusu bir milyara çıktı.[13]"

20. yy' den itibaren sanayi ve endüstriyel gelişmeyle birlikte insanların kaynakları tüketme hızı üst seviyelere ulaştı. Sağlık alanındaki yükseliş, hayat kalitesi ve artan nüfus gelişmeyi kolaylaştırdı. Bununla birlikte 1930'larda ekonomistler yenilenemeyen kaynakların yönetimi konusunu geliştirmeye başladılar. Ayrıca bu yıllarda toplumsal refahın sürmesinin yenilenemeyen kaynakların kullanımına bağlı olduğu düşünülüyordu.

1929'daki "Büyük buhran" ve ikinci dünya savaşını takip eden yıllarda şu anki gelişmiş ülkeler büyük bir hızla büyümeye, gelişmeye ve büyük yatırımlar yapmaya başladılar. Bu büyümeyle beraber insanın yeryüzünde jeofiziksel olarak ne kadar büyük bir güç olabileceği anlaşılmaya başlandı.[14]

Günümüzde çevresel problemler küresel ölçekte karşımıza çıkmaktadır. Geçmiş yıllarda özellikle ABD'de ortaya çıkan enerji krizleri fosil yakıtlara bağımlı olduğumuzu gösterdi. Krizlerden sonra Amerikan başkanı Carter tüm Amerikalıların enerji tasarrufunda bulunmalarını, kirliliği azaltmak için onlardan gerekeni yapmalarını istedi ve 1980 yılını enerji tasarruf yılı ilan etti. Bu yıllarda gelişmekte olan ülkeler, halklarının yaşam standartlarını hızlı bir şekilde yükseltmeye çalışırken bu gelişimi kontrollü olarak sağlayamadıkları için yoksulluk ve gıda sıkıntısıyla yüz yüze gelmek durumunda kaldılar. Bu gelişmelerin üzerine 1980'de Uluslararası Doğayı Koruma Birliği "Dünyayı Koruma Stratejisi" isimli bilgilendirici yayın yaptı.[15]

Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC)'nin çalışmaları; insanların ekolojiye yaptıkları müdahalenin negatif etkileri, yükselen sera gazı etkisi, orman

---

[13] Goudie A. **The Human Impact on the Natural Environment**. 6th ed. Oxford: Blackwell Publishing. ISBN 978-1-4051-2704-2 .2005 S.12.

[14] Robin, L. (2008). **"The 'Big Here and the Long Now': agendas for history and sustainability." Fenner School of Environment and Society, Australian National University/Centre for Historical Research**, National Museum of Australia. Retrieved on: 2009-03-16.

[15] IUCN/UNEP/WWF (1991**). Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living,** Gland, Switzerland. Retrieved on: 2009-03-29.

alanlarının azalması ve fosil yakıtların zararları konusunda insanların yükselen bir farkındalığa ulaşmaya başladığını vurgulamaktadır. [16]

2009 yılının Mart ayında Kopenhag iklim konseyi, içinde sert ve keskin ifadeler olan bir bildiri yayınladı: "Ekonomimizin ve toplumun hızla değişip gelişmesiyle doğada olması gerekenin çok ötesinde hızlı bir değişim gözlenmekte. Bu gözlenen parametlerin içinde yeryüzündeki sıcaklık artışı, okyanus seviyelerinin yükselmesi, buzulların erimesi, denizlerin kirliliği ve olağandışı iklim olayları gibi olgular yer almaktadır. Bu parametreler gelecekte daha da hızlanmaya devam edeceği için, bu durum ani ve geri dönüşü olmayan bir iklim değişikliği meydana gelmesi riskini günden güne artırmaktadır.[17]

Sürdürülebilirlik kavramının ilk olarak ortaya çıkışı bazı kaynaklarda 'Sürdürülebilir gelişme' kavramıyla da ilişkilendirilmektedir.

Sürdürülebilir gelişme düşüncesinin kavramsallaşması olgusunun uzun yılları kapsayan bir süreçte meydana geldiği kabul edilmektedir. 'Sürdürülebilir düşünce' olgusunun kavrama geçişinde, bahsedilen çalışmalardan bazılarının etkilerinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Söz konusu çalışmalar:

- Birleşmiş Milletler çevre programı ve Dünya koruma stratejisi (1980)

-Ortak Geleceğimiz Konulu Bruthland Raporu (1987)

- Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Programı (Rio de Janeiro 1992)

-Avrupa Birliği 5. Eylem Planı (1992)

-Sürdürülebilir Gelişme Komisyonu (1993)

---

[16] BBC News (August 2008). In depth: **"Climate Change."** BBC News, UK. Retrieved on: 2009-03-14 S.12.

[17] Joe Alcamo, University of Copenhagen (March 2009). **"Key Messages from the Congress." Proc. International Scientific Congress on Climate Change**, Çevrimiçi, https://www.mavt.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/mavt/process-engineering/separation-processes-laboratory-dam/documents/People/IARU2009_Keymessages.pdf, S.2-3, 10 Ocak 2015.

-Birleşmiş Milletler Nüfus ve Kalkınma Programı (Kahire, 1995)

-Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı Habitat-II (İstanbul, 1996)

-Rio +5 Forumu (New York, 1997)

-Sürdürülebilir Gelişme Konferansı (Johannesburg, 2002)[18]

En son yapılan 2015 Paris İklim Zirvesinde' de sürdürülebilirlik konusunun ele alındığı fakat Dünya gündeminde yer alan güvenlik ve mülteci problemlerinin de üzerinde durulduğundan 'Sürdürülebilirlik' başlığıyla yapılan çalışmaların sınırlı kaldığından kaynaklarda bahsedilmektedir.

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNU GÜNDEME TAŞIYAN KRİZ ÖRNEKLERİ

İnsan faaliyetlerinin dünyanın sonunu yavaş yavaş getirmekte olduğuna dair genel bir görüş birliği bulunmaktadır. İşin bu tarafından bakınca sürdürülebilirlik kaynakların kendilerini yenileyebilmelerine ve varlıklarını sürdürülebilmelerine olanak tanıyacak şekilde kullanılmasıyla sağlanabilecektir."Kavram ekonomi açısından değerlendirildiğinde, sürdürülebilir kalkınma kavramıyla birlikte ele alınarak, üretim sürecinde yenilenebilir kaynaklara yönelmek ve üretim faaliyetlerinin çevreye etkilerinden sorumlu olmak olarak tanımlanabilir."[19]

İnsanlık tarihinde, insan kaynaklı olan ve çevreye en çok zararı verdiği düşünülen felaketler ayrı başlıklar altında şu şekilde incelenmektedir:

1.3.1.Bhopal Felaketi

Bhopal felaketinin dünyada şimdiye kadar yaşanmış en büyük kimyasal felaketlerden bir tanesi olduğu düşünülmektedir. Felaketin olduğu gün BBC haberinde "Binlerce

---

[18]Recep Bozlağan, **Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı**, Çevrimiçi, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iusskd/article/viewFile/1023000277/1023000261,02 Ocak 2016.

[19] V.Alpagut Yavuz, **Sürdürülebilirlik kavramı ve İşletmeler açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri**, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,2010 Cilt:7 Sayı:14 S.65.

insan Bhopal'deki kimyasal kazada hayatını kaybetti[20]" başlığını kullanarak felaketi okuyucularına şu şekilde duyurmuştur: "Hindistan'ın Bhopal kenti yakınlarında kimyasal bir fabrikadan sızan toksik gaz, binlerce insanın zehirlenip ölmesine neden oldu.[21]"Amerikan Union Carbide şirketine ait olan ve Bhopal şehrine 4.8 mil uzaklıktaki fabrikada meydana gelen patlamada oluşan bulut 900.000 evin bulunduğu Bhopal şehrine çöktü. Bulutun içerisinde bulunan öldürücü kimyasallar on binlerce insanı etkiledi.[22]"

Daha kapsamlı bilgi, incelemelerden sonra aynı kaynakta şu şekilde yer aldı: "2 Aralık 1984 günü ABD kökenli Union Carbide firmasının Hindistan'ın Bhopal şehrinde kurduğu böcek ilacı üreten fabrikadan yanlışlıkla 40 ton metil isosiyanat gazını dışarı atması 18.000 kişinin ölümüne, 150.000'den fazla insanın zehirlenmesine neden oldu.[23]"

"Çevresel etkileri Çernobil faciasından bile korkunç olan bu kaza sonrasında, Bhopal eyaleti doğal afet bölgesi ilan edildi. Greenpeace'in bölgede kazadan 20 yıl sonra, 2004 yılında yaptığı ölçümlerde, toprakta normalin 6 milyon katı toksik madde bulundu."[24]

"Bhopal fabrikası, Union Carbide reklamlarındaki parlak bilim yuvası görüntüsünden oldukça uzak, daha çok bir çiftlik avlusuna benziyordu. 70'lerde Hindistan'ın "yeşil devrimi" için böcek ilaçları yapmak üzere inşa edilen fabrika, bir dizi kötü muson yağmuru ve hasat başarısızlığı nedeniyle aşırı para kaybı yaşadı."[25]

"1980 ile 1984 arasında işgücü yarıya indirildi. MIC birimi personeli 12'den altıya düşürüldü, bakım personeli altıdan ikiye indirildi. Kontrol odasında tek bir operatör tümü de eski ve arızalı olan 70 ayrı paneli, göstergeyi ve kontrolü izlemek

[20]Çevrimiçi, http://www.bbc.com/news/magazine-29833548 S.1-2, 10 Aralık 2015.
[21] A.g.e. S.1-2
[22] A.g.e. S.1-2
[23]Çevrimiçi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Bhopal_felaketi, 10 Aralık 2015.
[24] A.g.e. S.2
[25]İndra Sinha, **Bhopal:25 years of poison, Guardian**, 3 Aralık 2009, Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2009/dec/04/bhopal-25-years-indra-sinha 02. Nisan 2015.

zorundaydı. Güvenlik eğitimi altı aydan iki haftaya düşürüldü, hatta sadece uyarı yazılarına indirgendi ancak yazılar İngilizce olduğundan işçiler anlayamıyordu.[26]"

"Keswani isimli bir Hindistanlı gazeteci makalelerine başladığında, devasa, yüksek ölçüde tehlikeli fabrika; eğitimi olmayan, tek kelime İngilizce bilmeyen, ancak İngilizce pano ve kumandaları anlaması beklenen erkekler tarafından çalıştırılmaktaydı. Moraller düşüktü ancak güvenlik korkuları yönetim tarafından göz ardı edildi. Rutin olarak ufak tefek kazalar meydana geliyor ancak üstü örtülüyordu. O kadar çok küçük sızıntı oluyordu ki, komşuları rahatsız etmemek için alarm sireni kapatıldı. Bir Union Carbide yöneticisi 1,25 milyon dolar tasarrufla övünüyordu ancak "bu tasarrufun gelecekte sürdürülmesinin zor" olduğunu söylüyordu. Kesinti yapılacak hiçbir şey kalmamıştı. Sonrasında patronlar devasa MIC tankını hatırladılar. Günde 37 dolar freon gazı tasarruf etmek için soğutmasını kapattılar. ABD'li mühendisler tarafından 1982'de yapılan bir denetim tesiste ki hayati tehlikelerden ve çok tehlikeli ihmallerden bahsediyordu. Bu rapora rağmen hiçbir tedbirin alınmadığı kaynaklarda geçmektedir.[27]

Bu felaket yaşandıktan sonra, yıllar içinde hayatta kalabilenler çok az tıbbi yardım alma şansına sahip olabildiler. Birçoğu çok yoksul olduğundan sıkça kötü muameleye maruz kaldılar. Hükümet doktorları onlara dokunmayı reddetti. Teoride ücretsiz tedavi hakları vardı ancak ihtiyaç duymadıkları pahalı hatta kimi durumlarda onlara zarar veren ilaçlar reçete edildi. 1994'te Hindistan hükümeti, gaz sızıntısını arkada bırakma isteğiyle, tam da yeni kanser, diyabet, göz bozukluğu ve sakat bırakan menstüral bozukluklar görülmeye başlamışken, gazın etkilerini inceleyen tüm araştırma çalışmalarını kapattı.[28]

"Sürdürülebilirlik yolunda Bhopal felaketinden çıkarılması gereken dersler" isimli makalesinde Hindistanlı Özgürlük aktivisti ve yazar N.D Jayaprakash sürdürülebilir bir dünya meydana getirilmesi ve Bhopal gibi bir felaketin bir daha yaşanmaması için özet olarak şu önerilerde bulunmaktadır:

---

[26]İndra Sinha, **Bhopal:25 years of poison, Guardian**, 3 Aralık 2009, Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2009/dec/04/bhopal-25-years-indra-sinha 02. Nisan 2015.
[27] A.g.e.
[28] A.g.e.

- Eşit davranma hakkının sağlanması: Burada yazar kısaca dünyanın neresinde olursa olsun bütün endüstriyel kurumlarda bütün güvenlik alanlarında alınması gereken önlemlerin bir uluslararası standarda bağlanmasını ve hangi tesis olursa olsun tüm çalışanların aynı hak, yaşama ve güvenlik hakkına sahip olması gerektiğini söylemektedir. Ayrıca nerede olursa olsun bu kurumların aynı titizlik ve yönetmelikle denetlenmesi ve hali hazırda var olan uluslararası standardın bile gözden geçirilip en az iki katı güvenlik seviyesine ve çevreci seviyeye çıkarılması gerektiği önermesinde bulunmaktadır.[29]

- Çevreye zararlı olmadığından emin olma hakkının sağlanması: Burada çevreye zararlı olmadığının kanıtlanması işleminin tesisin bulunduğu ülkeye ya da kuruma bırakılması durumunda ortaya riskler çıkıyor. Bunun masrafları kurum tarafından karşılandığından geçiştirilme olasılığı daha da büyüyor bu yüzden bu kuruma fatura edilse bile uluslar arası tarafsız bir kurum tarafından çevre güvenliği denetimin yer altı sularından tutun da hava kirliliği oranlarına kadar tarafsız bir kurum tarafından yapılmalı önermesinde bulunuluyor.[30]

- Bilgi edinme hakkı: Her kurban kendi sağlık raporunun ya da gazla ilişkisi olduktan sonraki sağlık raporunu hayatı boyunca koruma ve hak talep etme hakkına sahip olmalı önermesi. Bunun yanında tüm kurbanların sağlıksal kayıtlarının tutularak daha az yan etkiyle daha etkili tedavi istatistikleri elde edilmeli önerilmekte ve adaletsizliğin uluslar arası hukuk garantisiyle önüne geçmesi istenmektedir.[31] Bunun nedeninin şu anda Hindistan hükümeti tarafından Bhopal'de inceleme yapılmasının yasak olması ve konuyla ilgili kayıtların saklı tutulması olduğu düşünülmektedir.

---

[29]N.D Jayaprakash, **The Path to to Sustainable Development: Lessons from the Bhopal Disaster** Çevrimiçi, http://newsclick.in/india/path-sustainable-development-lessons-bhopal-disaster, 11 Kasım 2014.
[30] A.g.e.
[31] A.g.e.

Sürdürülebilir bir dünya meydana getirme fikri sadece Bhopal felaketiyle güçlenmemiştir. Kaynaklarda bu konunun daha çok gündeme gelmesine neden olan daha birçok felaketten söz edilmektedir.

1.3.2.Çernobil Reaktör Kazası

Sürdürülebilirlik konusu işlenirken birçok kaynakta nükleer enerji konusunun ve nükleer felaketlerin uzun uzadıya tartışıldığı görülmektedir.

Kaynaklarda Çernobil felaketinin bir deney sırasında meydana gelen yüzyılın en büyük nükleer kazası olduğu görüşü hakimdir. Ukrayna'nın Kiev şehrine bağlı Çernobil kentindeki Nükleer Güç reaktörünün 4. ünitesinde sabah saatlerinde meydana gelen nükleer kaza sonrasında 26 Nisan 1986 günü atmosfere büyük miktarda füzyon ürünleri salındığı ve bu salınımın ancak 30 Nisan 1986 günü tüm dünya tarafından öğrenildiği kaynaklarda geçmektedir.

Bir başka kaynakta dünyanın en büyük nükleer kazasının Çernobil olduğundan bahsedilmektedir. Kazada birçok insan hayatını kaybetmiş, reaktörde çalışanların ise sağlığı geri döndürülemez biçimde bozulmuştur. Potansiyel yan etkileri nedeniyle öteki insanların sağlığını tehlikeye atmıştır. Reaktör çalışanları ve insanlar radyasyonla kontamine olmuşlardır.[32]

"Çernobil felaketi 26 Nisan 1986 yılında Sovyet yönetimi altındaki Ukrayna'daki Nükleler santralde meydana meydana gelen patlamayla birlikte radiaktif partikülleri tüm batı Sovyetler Birliği ve Avrupanın büyük kısmına yayılmıştır.[33]"

"Kaza sonrasında atmosfere yayılan radyoaktif maddeler; gaz, aerosol ve küçük boyutlu nükleer yakıt parçacıklarından oluşmaktadır. Kaza sonrası yapılan ilk değerlendirmelerde krison ve ksenon asal gazların tamamının, iyot, tellüryum ve sezyum gibi uçucu elementlerin %10-20'sinin atmosfere dağıldığı tahmin edilmiş olup daha sonra yapılan çalışmalarda bu oranların çok daha yüksek olduğu uzmanlar

[32] Gamze Varol SARAÇOĞLU, **Çernobil Nükleer Kazası Sonrası Türkiye'de Kanser**, Türk Tabipler Birliği Yayınları 1. Baskı, Nisan 2006, S. 13-14.
[33]Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Chernobyl_disaster, 10 Aralık 2014.

tarafından hesaplanmıştır. İyot salınımının gaz, parçacık ve organik bağlı formlarda olduğu saptanmıştır."[34]

"Çernobil dünya tarihindeki en kötü nükleer felaket olarak gösteriliyor. 26 Nisan 1986 tarihinde Ukrayna'daki Çernobil nükleer santralindeki reaktörlerden birinde patlama meydana geldi. Yaşanan nükleer çekirdek erimesi nedeniyle atmosfere karışan radyasyon, Hiroşima ve Nagazaki atom bombalarının geride bıraktığından daha fazlaydı. Radyoaktif serpinti batıya yayılarak, Sovyet Rusya üzerinden Avrupa'ya yöneldi. O günden bu yana, binlerce çocuğa tiroid kanseri teşhisi konulurken, santralin çevresindeki 32 kilometrelik alan girişi yasak bölge ilan edildi. Dört no'lu reaktör bugün yavaş yavaş çürümeye devam eden büyük, beton bir muhafaza içine alındı. Santralin geri kalanındaki faaliyet 2000 yılında durdurulsa da 4 bin işçi santralde değişik görevlerde çalışıyor."[35]

"Patlamaların meydana geldiği geceye dönersek bir kısım izinsiz, yasadışı ve peş peşe yapılan deney sonucunda 26 Nisan 1986 saat 01.23'te santral büyük bir tehlike arz etmeye başladı ve bir reaktörde binanın çatısı patladı, ardından bunu 1000 tonluk iki patlama takip etti. Yangın ve zehirli gazların yayılımı ile atmosfer zehirlenmeye başladı. Patlamanın sonucunda füzyon sonucunda ortaya çıkan partiküller ve uranyum yakıtı yine atmosfere yayıldı. Yaşanan patlama sonucunda 10 gün süren bir yangın başladı. Yangını söndürmek için kullanılan boronkarbid, kil ve kurşunun, reaktörden arta kalan materyal ile reaksiyona girmesi sonucu ikinci patlama meydana geldi. Tüm bu telaşı gidermek, yangından geriye salınmaya başlayan radyasyonu engellemek için helikopterler ile 5 bin ton kimyasal madde de olay yerine boşaltıldı. Tüm bu faaliyetler sonucu açığa çıkan füzyon ürünleri ve transuranyum ürünlerinin ve rayoiyodin miktarı tam olarak bilinmiyor."[36] Bu felaket sonrasında;

---

[34] Türkiye Atom Enerjisi Kurumu Çernobil Serisi 5, Nisan 2006, Türkiye Atom Enerjisi Kurumu, S.2-3.

[35]Çevrimiçi, http://fotoanaliz.hurriyet.com.tr/galeridetay/35533/4369/1/tarihin-en-kotu-cevre-felaketleri, 20 Aralık 2015.

[36] Asya ARSLANTAŞ, **Çernobili Yaşamak**, Çevrimiçi, https://cernobiliyasamak.wordpress.com/category/yazilar-makaleler/, 10 Ekim 2015.

- "Kaza sonrası radyasyon etkisi 2 Mayıs'ta Japonya'da, 4 Mayıs'ta Çin'de, 5 Mayıs'ta ABD ve Kanada'da açılım göstermiştir."[37]

- "Radyasyon bulaşan bölgede yaşayan nüfus 7 milyondur. Bunun 160.000'i temizlik işçileridir. Bu sayıya 89 yılında 40.000 bin kişi daha dahil olmaktadır."[38]

- "Ukrayna'da temizlik işçilerinden 79'unda akut radyasyon sendromu gözlenmiştir. Bölgede 56.377 kişi tahliye edilmiştir ve bunun 502.377'si radyasyona maruz kalan çocuklardır."[39]

- "Santrale 3 kilometre uzakta olan Pripyat Kasabası'ndaki 45 bin kişi başka bölgelere göç ettirilmiştir."[40]

- "2 Mayıs'ta İngiltere üzerinden geçen bulutlar ile İskoçya'nın bir bölümünde, Kuzey Walles ve Kuzey İngiltere'de yoğun yağışlar gözlenmiş ve bu yağmurlar sonucunda radyoaktif çekirdeklerin yüksek derecede birikimi saptanmıştır. Neticede toprakta normalden 3 kat fazla bulaşıcı madde bulunmuştur."[41]

- "Radyasyon salınımı Moskova'ya doğru ilerlerken 10 milyon kişinin radyoaktif bulutlardan etkilendiği düşünülmektedir. Radyoaktif bulutlar 11 gün boyunca farklı yönlerde Kuzey Avrupa'yı geçmiştir. Küçük çaplı partiküller uzun mesafe kat etmişlerdir. Buna göre Bryansk şehrinin batısında bulunan Novozybkov bölgesi en yüksek bulaşıcı bölgedir."[42]

-"Ekosistemler ve özellikle tarım alanları hem gaz hem parçacık formu ile radyasyona maruz kalmıştır. Özellikle tarım alanlarında sezyum oranları incelenmiştir. Kırsal alanlarda 23 bin km2'lik alan bulaşıcı hale gelmiş, tarım faaliyetlerinde kısıtlama ve boşaltımlar olmuştur. Bu alanların büyük kısmı

---

[37] Asya ARSLANTAŞ, **Çernobili Yaşamak**, Çevrimiçi, https://cernobiliyasamak.wordpress.com/category/yazilar-makaleler/, 10 Ekim 2015
[38] A.g.e. S.1
[39] A.g.e. S.1
[40] A.g.e. S.1
[41] A.g.e. S.1-2
[42] A.g.e. S.2

günümüzde de 'özel bölge' ilan edilmiştir ve doğal radyoaktif kaynak oluşturmaktadır."[43]

- "Kaza yerine yakın üç köyde bilimsel tarım önlemleri, kimyasal önlemler alınmaya başlanmış, ama maddi nedenlerle sonradan kaldırılmıştır. Bunun ardından köylülerdeki beden ölçümleri yüksek radyoaktivite göstermiştir."[44]

- "Reaktörün yakınındaki doğrudan radyasyon, ağaçları öldürmüş, burası 'Kırmızı Orman' olarak adlandırılmıştır. Bu bölgede daha sonra anormal hızlı büyüyen "morfoz" çam ve meşe ağaçları gözlenmiştir."[45]

- "Radyoiyodin ve radyosezyumun besin zincirine girdiği belirlenmiştir. Buna ek olarak inek sütünde 3 izotoptan 2'si değişkenlik göstermiştir."[46]

"Ukrayna, Beyaz Rusya ve Rusya'da radyasyondan etkilenen insan sayısı 8,4 milyondur. Italya'nın yarısı kadar bir alan, yani yaklaşık 150.000 kilometre kare toprak kirlenmiş, 52.000 kilometre kare, yani yaklaşık Danimarka'dan biraz daha büyük tarımsal alan, harap olmuştur. Eski Sovyetler Birliği'nin Beyaz Rusya ve Ukrayna sınırındaki doğal park görünümündeki ormanlık alan radyasyon etkisine maruz kalmıştır. Radyasyon 1500 dönümlük ormanı yok etmiş durumdadır. Bazı hayvan türleri yok olmak üzeredir. Ve bazı hayvan türleri de genetik değişikliğe uğramıştır. Örneğin kimi ölü farelerin genetiğinin bozulduğu tespit edilmiştir. Ukraynalı bilim adamı Georgy Lisiçenko, Dinyeper nehrindeki radyoaktivite konusunda yetkilileri uyarmıştır. Bu nehir Kiev'de ve başka yerlerde yaşayan 30 milyon insanın içme suyu ihtiyacını karşılamakta, ayrıca nehrin suyu tarlalarda sulama amaçlı kullanılmaktadır. Çernobil sonrası radyoaktif etkinin 30 ila 100 yıl arasında süreceği tahmin edilmektedir."[47]

Çernobil Felaketinden çok tabii olarak ülkemizde etkilenmiştir fakat önlemler pek tabii ki alışılagelmiş şekilde alınmıştır;

---

[43]Asya ARSLANTAŞ, **Çernobili Yaşamak**, Çevrimiçi, https://cernobiliyasamak.wordpress.com/category/yazilar-makaleler/, 10 Ekim 2015.
[44]A.g.e.S.2
[45]A.g.e.S.2
[46]A.g.e.S.2
[47]A.g.e.S.2

“Çernobil’deki patlama sonrasında Türk yetkililer bilimsel veri ya da araştırma sonuçlarının açıklanmasını yasaklamış, izin alınmadan araştırma yapılmasını yasaklamıştır. Resmi açıklama sadece o dönemin Sanayi ve Ticaret Bakanı Cahit Aral tarafından yapılabilmektedir. Hükümet olayın tamamen öğrenilememesi için halkı yanlış bilgilendirmeye başlamıştır. “O dönem kampanyanın başına Yüksel Özeremre getirilmiştir.. Kapıkule-Edirne karayolu üzerinde 2 kilometrelik bir kısımda sellerin getirdiği çamurlarda yüksek miktarda radyoaktivite saptanmıştır. Özemre’nin iddiasına göre, yetkililer bu radyoaktif çamurları etrafa bulaşmadan varillere yükleyip Çekmece Nükleer Araştırma ve Eğitim Merkezi’ne (ÇNAEM) taşımış ve yolun bu kısmında günlerce yıkama işlemi yapılarak radyasyon düzeyi düşürülmüştür! Trakya’daki sütler ise sadece içlerindeki iyot 131’e göre işlem görmüştür. Oysa bu sütlerde yalnız yarı ömrü 8 gün olan iyot-131 değil, sezyum-137, sezyum (Cs)-134 de bulunmaktadır. Ve yarılanma ömrü 30 yıla kadardır. Halk tarafından tüketilmiş süt ve peynirde bulunan bu maddeler yiyenleri yıllar boyu ışınlamaya devam etmektedir.”[48]

“Dünya’da üretilen kayda değer miktarda enerji nükleer santrallerin güvenli ve kesintisiz olarak çalışmasına bağlıdır. Bu yüzdendir ki küresel güvenlik ve sürdürülebilirlik nükleer güvenliğe esir durumdadır. Nükleer güvenlik olmadan, nükleer silahların çoğaldığı bu çağda küresel güvenlik bir rüya olacaktır. Sovyet yapımı 58 adet riskli nükleer santralin kullanıldığı günümüzde ‘sürdürülebilirlik’ sadece bir seraptan ibarettir. Rus resmi makamlarına göre Rusya üzerinde faaliyet gösteren nükleer santrallerin geçici olarak enerji üretimi üstlenmiş bombalar olduğu belirtilmektedir. Nükleer reaktörlere sahip ülkelere baktığımızda enerji üretiminin bu ülkelerde başka yollardan sağlanabileceği düşüncesi hem gerçekçi değildir hem de ekonomik olarak mümkün görünmemektedir.[49]”

[48] Asya ARSLANTAŞ, **Çernobili Yaşamak**, Çevrimiçi, https://cernobiliyasamak.wordpress.com/category/yazilar-makaleler/, 10 Ekim 2015.
[49] N. Meshkati, **Lessons of the Chernobyl Nuclear Accident for Sustainable Energy Generation: Creation of the Safety Culture in Nuclear Power Plants Around the World**, Energy Sources Magazine, S.16-17.

1.3.3.Kuveyt Petrol Yangınları

Kuveyt Petrol yangınları, , koalisyon güçleri tarafından yenilip Kuveyt' den çıkmaya zorlanan Irak birliklerinin, Kuveyt' den çekilirken petrol kuyularını ateşe vermesi olayıdır. Yangınlar 1991 yılının başlarında başlarken ancak sonlarına doğru söndürülebilmiştir. Kaynaklarda yangının 700'den fazla petrol kuyusunda meydana geldiği aktarılmaktadır.[50]

Yangınlara hemen müdahale edilememesinin sebebi, kuyuların yakın çevresine mayın döşenmiş olmasıdır. Bu yüzden itfaiye ekipleri yangınlara hemen müdahale edememişlerdir.

1991 yılında ülkemizde çıkan bir gazetede olayın "felaket" olduğunu bildiren bir gazete haberinde: "Amerikalı yetkililer, yangınlarla ilgili bilgilerin uydular yardımıyla sağlandığını, bunları söndürme şansının çok düşük olduğunu ifade ettiler. Merkezi İngiltere de bulunan çokuluslu bir bilimsel araştırma grubunun yöneticilerinden Amerikalı Nükleer Fizikçi Dr. Frank Barnaby yanan kuyulardan çıkacak kara ve isli dumanın ABD'nin yarısı kadar bir bölgeyi kapatacak dev bir buluta dönüşeceğini, bunun iklimi ve yiyecek üretimini çok olumsuz bir şekilde etkileyeceğini söyledi.[51] "

Savaşın etkilerine gelince;

- "Basra körfezine Exxon Valdez'den üç kat daha fazla bir miktar olan yarım milyon varil petrolün (ham petrolün) aktığı biliniyor. Bu savaş sırasında dökülen petrol, oldukça fazla sayıda kuşu, balığı, su kaplumbağasını, yunusu, dugonu (Kızıldeniz ve Hint Okyanusunda çokça bulunan ve bitkiyle beslenen deniz ayısı benzeri bir memeli) öldürmüştü. Savaşta ticari balıkçılık ve karides avcılığı ve endüstrisi çok önemli şekilde etkilenmişti. Aynı şeyler kat kat fazlasıyla körfez savaşının sonucu olarak ortaya çıkmıştır."[52]

---

[50]Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Kuwaiti_oil_fires, 20 Aralık 2016.
[51] Kuveyt Cehennem Gibi, Milliyet Gazetesi, 15 Şubat 1991, S.4
[52] Öykü Didem AYDIN, **Yakın geçmişte yaşanan önemli bir çevre sorun; Körfez Savaşı ve Çevresel Etkileri**, Çevrimiçi, http://www.edebiyatvehukuk.org/yakin-gecmiste-yasanan-onemli-bir-cevre-sorunu-korfez-savasi-ve-cevresel-etkileri.html, 25 Şubat 2015.

- “Bir milyondan fazla askerin Körfez çöllerine yayılarak yerleşmesi çöllerin zengin ve nazik ekosistemlerini zaten önemli ölçüde tahrip etmiştir. Ordular oldukça fazla miktarda çöp, süprüntü, lağım ürettiler. (Amerikan ordusunun körfezde tahmini olarak on-on iki milyon galon pis su üreterek dünyanın en kötü kirleticileri ve zararlı çöp üreticileri olduğu belirtiliyor). Çöle stratejik olarak yayılma telaşı içinde hiçbir birliğin ürettiği atıkları tam anlamıyla kontrol altına almadığı göze çarpmıştır. Sıcak savaş sırasında çevresel bilincin olmadığına ya da olamadığına hep birlikte tanık olduk.”[53]

- “Hemen hemen tüm modern savaşlarda savaş alanlarında patlamamış bombalar ve mayınlar kalmıştır. Tüm bombalar ve roketler planlandıkları gibi patlamazlar ve gömülü patlayıcılar savaş bittikten çok uzun süre sonra da kazalara neden olabilirler.”[54]

- “Irak’ ın su kanalları, boruları vb. tesisatının tahribi verimli bir vadi olan Dicle ve Fırat Irmakları bölgesi tarım üretimini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu ırmakların yüzyıllardır Irak topraklarında ekimi kolaylaştırdıkları ve Irak’ı körfezin tahıl ambarı yaptıkları biliniyor. Yine Irak topraklarındaki arkeolojik hazineler savaş alanının ortasındaydı ve belki de bunlar sonsuza dek kaybolmuşlardır.”[55]

- “Yangınların hemen ardından yaşanan hava kalitesindeki ciddi oranda düşüşle birlikte birçok Kuveytli' de solunum sorunları baş göstermeye başladı. Bununla birlikte yangınlar, nadiren yağmur yağan çöl tabiatını da etkiledi. Çöl kumlarıyla karışan petrol, ülke topraklarının yaklaşık %5' ini kaplayan, irili ufaklı 300 kadar petrol gölü oluşturdu.”[56]

Buradan da anlaşılacağı gibi savaş dünyaya o zaman da büyük zararlar verdi ve günümüzde de vermeye devam etmektedir.

---

[53] Öykü Didem AYDIN, **Yakın geçmişte yaşanan önemli bir çevre sorun; Körfez Savaşı ve Çevresel Etkileri**, Çevrimiçi, http://www.edebiyatvehukuk.org/yakin-gecmiste-yasanan-onemli-bir-cevre-sorunu-korfez-savasi-ve-cevresel-etkileri.html, 25 Şubat 2015.
[54] A.g.e.S.2
[55] A.g.e.S.2
[56]Çevrimiçi,http://tr.wikipedia.org/wiki/Kuveyt_petrol_yang%C4%B1nlar%C4%B1, 10 Ocak 2015.

1.3.4.Exxon Valdez Petrol Sızıntısı

Exxon Valdez kazası veya Exxon Valdez çevre felaketinin bugüne kadar insan eliyle gerçekleşmiş en büyük çevre felaketlerinden biri olduğu düşünülmekte ve olayın denizde gerçekleşmesi kazanın etkilerinin en aza indirgenmesi bakımından zorlu ve uzun bir mücadele gerektireceği kaynaklarda geçmektedir.

"Exxon Valdez kazası; ABD'nin Alaska eyaletinden yine ABD'nin Los Angeles şehrine petrol taşıyan tankerin kazayla karaya oturması olayına verilen isimdir. Kaynaklarda kazanın gemi kaptanının olası bir buzula çarpma vakasından korunmaya çalışırken rotasını terk edip gemiyi karaya oturtmasıyla felaketler zinciri başlamıştır. Tankerin içinde bulunan petrolün 10.9 milyon galonu (38,15 milyon litre) petrol deniz sularına karışmıştır. Bu şimdiye kadar ABD 'de yaşanan en büyük petrol sızıntısıdır.[57]"

"Bölgedeki doğal yaşamın kazadan yoğun şekilde etkilendiği; deniz kuşlarından katil balinalara kadar bölgede yaşayan birçok türden hayvan öldüğü belirtilmektedir. Temizleme çalışmaları gerek bölgenin konumu gerekse bu çapta bir kazanın daha önce yaşanmamış olması sebebiyle pek etkili olmamıştır.[58]"

"Gemi kaptanının alkolik olduğu iddiasıyla şirket ve gemi kaptanı suçlamalarla karşı karşıya kalmıştır. Ayrıca geminin tek cidarlı oluşu da tartışma konusu olmuştur. Felâket sonrasında petrol taşımacılığına ilişkin birçok yeni yasa ortaya atılmış, dünya çapında olası çevre felaketlerine müdahale tekniklerinden tankerlerin çift cidarlı olmasına kadar birçok konuda gelişmeler kaydedilmiştir."[59]

24 Mart 1989'da Exxon Valdez petrol tankeri kıyıda karaya oturunca, içerisinde bulunan petrolün yaklaşık 11 milyon varillik bölümü okyanusa yayıldı. Yaşanan bu felaket Amerika'nın en büyük çevre felaketinin başlangıcı olduğu ve bölgede doğal yaşamın neredeyse sona erdiği resmi kaynaklarda' da geçmektedir.

---

[57]Çevrimiçi, http://www.eoearth.org/view/article/152720/,16 Şubat 2015.
[58]Çevrimiçi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Exxon_Valdez_kazas%C4%B1, 15 Şubat 2015.
[59]A.g.e. S.1

Dökülen petrolün 4 bin km'lik alanı kapladığı ve Exxon'un oluşan zararı temizlemek için 2 milyar dolar aktardığı kayıtlara geçmiştir. Çevreci Sierra kulübünden Mykee Bybee, *"20 yıl geçmesine rağmen yerel balıkçılık sektörü düzelemedi. Balıklar ve balıkçılık geri gelmedi. 2007 yılında Ulusal Okyanus ve Atmosfer Dairesi, Alaska açıklarında deniz yüzeyinin hemen altında hala 25 bin varil petrol bulunduğunu açıkladı,"* diye konuşuyor. [60]

"Çevre raporlarına göre ise doğal yaşamın bir bölümü normale döndü ancak birçok balıkçı ya başka yerlere taşındı ya da başka işler bulmak zorunda kaldı. Sierra Kulübü'nden Myke Bybee şöyle konuşuyor: *"Bence adalet yerini bulmadı. Exxon mahkemenin şart koştuğu tazminatı ödemeye yanaşmıyor. Bölge halkı hala eskiden sahip olduklarını yeniden kazanmaya çalışıyor."* Daha da kötüsü uzmanlara göre petrol atığını temizleyecek bir teknoloji yok. Cindy Shogan ise bu kazanın en kötü çevre felaketi olarak tarihte yerini aldığını belirtiyor ve böyle bir kazanın bir daha olmaması için her şeyin yapılması gerektiğini vurguluyor. Uzmanlar, Alaska'da daha fazla petrol arama çalışması yapılması planının, çevre için bir tehdit oluşturmasından korkuyor."[61]

"39 bin kilometre karelik kıyı buzul alanlarını kapsayan William Boğazı ve Koyu'nda Exxon Valdez, milyonlarca kuş ve balığı öldürdü. 24 Mart 1989'da Alaska'da dünyanın en feci tanker kazasını yapan Exxon-Mobil'in dev tankerinin mürettebatı yıllarca süren soruşturmada Kaptan Joseph J. Hazelwood'un sarhoş olmadığını iddia etti. Bölgede kuşlar, balıklar, balinalar dahil milyonlarca canlıyı öldüren Exxon Valdez, 2009'da 500 milyon dolar tazminat ödedi. Adını dünyanın en büyük petrol şirketi Exxon-Mobil ve Anchorage liman kentine yakın minik kasaba Valdez' den alan tanker Exxon Valdez'in denize döktüğü 11 milyon varil petrolün bir kısmı hâlâ denizin alt katmanında bulunuyor. Meksika Körfezi'nde kaza yapan BP de benzer bir kirletmeye neden olabilir."[62]

---

[60]Hilal Togalan, **Exxon Valdez Çevre Felaketi**, Çevrimiçi, http://cevrefelaketleri.weebly.com/exxon-valdez.html, 05 Mayıs 2014.
[61] A.g.e.S.1
[62] A.g.e.S.1-2

Amerikalı gazeteci Adriene Hill'in Amerika Doğal Kaynakları Koruma Başkanlığının (NRDC) sözcüsü Bob Dynes ile yaptığı söyleşide Dynes: "Tankerlerle petrol taşınması o zaman için güvenli görünüyordu. Eğer Tankerden denize petrol dökülecek olursa da sanayimiz elbetteki temizlemek için bir yol bulacaktır diye düşünüyorduk. Kesinlikle ve kesinlikle okyanusları ve deniz hayatını bu türlü petrol sızma olaylarında koruyacak bir yol vardır diye düşünmüştük fakat felaketten sonra fark ettik ki yokmuş.[63]"

Sürdürülebilirlik açısından daha önceden öngörülen kriz senaryolarına çözümler fiili olarak yoksa bu kriz senaryolarını oluşturan felaketlerin ortaya çıkmaması için başka yollar aranması ya da daha güvenli yollar tercih edilmesi gereklidir.[64]

1.3.5.Aral Gölü Felaketi

Aral gölü felaketi daha çok üretim ve istihdam sağlamak amacıyla sonuçları önceden düşünülmeden girişilen çalışmalar sonucu ortaya çıkan bir kuraklık ve iklim değişikliği felaketine verilen isim olarak kaynaklarda karşımıza çıkmaktadır.

Aral, Batı Türkistan'da Özbekistan ile Kazakistan arasında bulunan, içinde binlerce adayı barındıran ve göl olarak değil deniz olarak isimlendirilen büyük bir kısmı Özbekistan sınırları içinde bulunan göldür. [65]

"Asya'nın ikinci, dünyanın dördüncü büyük gölüdür. Yüzölçümü 64.500 kilometrekare ile 68.700 kilometrekare arasında değişir. Büyüklük sırasına göre; Hazar Denizi, Superior (Kuzey Amerika), Viktorya (Afrika) göllerinden sonra gelir. Jeolojik "Diluvyal devirde" Aral Gölünün yüzeyi daha yüksekte olup güney tarafından Hazar Denizi (gölü) ile bağlantısı vardı. Karakum, Kızılkum ve Üstyurt çölleriyle çevrilidir. Gölün bulunduğu bölgede yazları çok sıcak geçen kurak bir iklim hüküm sürer. Akarsuların göle su taşımalarına rağmen buharlaşma, gelen sudan

[63] Adriene Hill, **What We Have Learned From Exxon Valdez**, Çevrimiçi http://www.marketplace.org/topics/sustainability/25-years-after-exxon-valdez-crisis-weve-learned, 06 Mayıs 2015.
[64] A.g.e.S.1
[65]Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Aral_Sea, 20 Ağustos 2014.

daha fazladır. Bu bakımdan göl gittikçe küçülmektedir.En derin yeri 68 metrelik bir çukurdur. Geri kalan kısmının derinliği 20 metreyi geçmez."[66]

Sovyetler birliği döneminde çevre sorunları henüz etkili olmadan önce, Özbekistan ve Kazakistan için önemli bir ekonomik kaynak olarak varlığını sürdürmekteydi. Sovyetler birliğindeki kollektif toplum çalışmaları, Balıkçılık ve Tarım faaliyetleriyle birlikte bölgeyi bir cazibe merkezi haline getirmişti.[67]

"Aral gölü, Amuderya ve Siriderya nehirlerinden beslenmekteydi. Bu nehirlerin sulama ve pamuk üretiminde aşırı ve yanlış kullanımı dolayısıyla göl büyük zararlar görmeye başladı. Bunun yanında Türkmenistan'da Amuderya üzerinde Karakum Kanalının inşa edilmesi ve Karaboğaz körfezinin girişinin kapatılması Aral'a akan su kaynaklarının azalmasının en önemli etkenlerindendir. Pamir Dağları'ndan Aral'a paralel olarak akan Amuderya ve Siriderya nehirlerinin sularının %75 oranında azalması sonucunda göl halihazırda ikiye bölünmüş bir durumda bulunmaktadır."[68]

"Aral'ın kurumaya yüz tutmasıyla birlikte çevresel koşulların değişmesi iklimi de değiştirmiş, hava sıcaklığı ve mevsimler arası dengeler bozulmuş ve havadaki nem oranı aşırı derecede düşmüştür. Neticede bölgenin bitki örtüsü ve canlıları olumsuz etkilenmiştir."[69] Bölgedeki ormanların büyük zarar gördüğü, hatta bölgedeki orman arazilerinin sadece beşte birlik bölümünün varlığını sürdürdüğü, yerel canlıların ise sadece dörtte birinin hayatta kaldığı kaynaklarda belirtilmektedir.

"Aral gölünde meydana gelen değişimler sonucu binlerce problem ortaya çıkmış ve ekonomik zararlarının yanında göl insanların sağlığına da tehdit unsuru oluşturmaya başlamıştır. Bu tehdit sadece şimdilerde yaşayanları değil gelecek nesilleri de tehdit etmektedir. Eskiden tam bir tarım ülkesi Özbekistan'da Aral gölünü kurtarmak için devlet tarafından daha az su isteyen tarım ürünleri teşvik edilmeye başlanmıştır. Aral gölünün kuruması küresel bir felaket olarak ortaya çıkınca Dünya Bankası, UNESCO

---

[66]Rustam Qabil, **Waiting For The Sea**, Çevrimiçi, http://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-a0c4856e-1019-4937-96fd-8714d70a48f7, 21 Ağustos 2014.
[67]Hilal Togalan, **Exxon Valdez Çevre Felaketi**, Çevrimiçi, http://cevrefelaketleri.weebly.com/exxon-valdez.html, 05 Mayıs 2014.
[68]A.g.e.S.1
[69]Rebecca Lindsey, **Aral Sea**, Çevrimiçi, http://earthobservatory.nasa.gov/Features/WorldOfChange/aral_sea.php, 01.Kasım 2014.

ve BM gibi kurumlar sorunun çözülmesi adına gölü kurtarabilecek formülleri fonlamaya başlayarak sorunun gelecek nesillerin karşısına çıkmasına engel olmaya çalışmaktadırlar.[70]"

Kaynaklarda tüm çabalara rağmen dönüşümün çok yavaş gerçekleştiği hatta kimi kaynaklara göre gerçekleşmediği ileri sürülmekle birlikte zamanla Aral gölünün eski canlılığını kazanamasa da insanların yaşam koşullarını şimdiye kıyasla daha olumlu etkileyeceği görüşü hakimdir.

1.3.6. BP Deppwater Horizon Petrol Sızıntısı

BP'nin Meksika körfezinde açtığı bir kuyuda meydana gelen kazada ABD tarihinin en büyük petrol sızıntısı gerçekleşmiş ve Missipphi deltasına kadar çok büyük bir alanı etkilediğinden söz edilmektedir. "20 Nisan 2010 tarihinde meydana gelen patlamada 11 işçinin öldüğü ve 17 işçinin yaralandığı ve bu patlamadan sonra uzun bir süre kapatılamayan petrol kuyusundan varillerce petrolün Meksika Körfezi'ne sızdığı açıklanmıştır."[71]

"Meksika Körfezi'nde BP'nin sahibi olduğu Deepwater Horizon adlı petrol kuyusunda 20 Nisan'da gerçekleşen kaza sonucu şimdiye kadar yaklaşık 5 milyon varil petrolün körfeze yayıldığı tahmin ediliyor.[72]"

Ülkemizde çıkan bir gazete haberinde; "ABD'nin Louisiana eyaleti açıklarında Salı akşamı patlama meydana gelen bir petrol platformu Meksika Körfezi sularına gömülünce, ciddi b,r çevre felaketi yaşandı. "Deepwater Horizon" adlı platform, tam 36 saat süren alevleri kontrol altına alma çabaları yeterli olmayınca, sulara gömüldü. Kaçmayı başaramayan 11 petrol işçisinin hayatta kalmalarının fazla mümkün olmadığı açıklanırken, petrol kuyusunda bulunan 2,6 milyon litreden fazla yakıtın

[70] Rokhat Usmanova, **Aral Sea and Sustainable Development**, Çevrimiçi, http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12793660, 03 Ekim 2015.
[71]Çevrimiçi,http://tr.wikipedia.org/wiki/BP_Deepwater_Horizon_petrol_s%C4%B1z%C4%B1nt%C4%B1s%C4%B1, 10 Mayıs 2015.
[72]Çevrimiçi, http://www.ntv.com.tr/arsiv/id/25129937#storyContinued, 05 Aralık 2015.

çevreye etkilerinden kaygı duyuluyor. ABD Başkanı Barack Obama da, dün, felaketin ülkenin "bir numaralı önceliği" haline geldiğini bildirdi."[73]

NTV'nin haberine göre; "Bunun sadece 800 bin varili temizlenebilmiştir. Kuyunun ağzı 15 Temmuz'da geçici olarak kapatılmış fakat kuyunun tamamen mühürlenmesi işleminin ise birkaç hafta içinde gerçekleştirilmesi bekleniyor. Tüm bu sızıntıyı engelleme ve temizleme faaliyetleri şirkete 8 milyar dolara mal oldu. BP Meksika Körfezi'nde olaydan olumsuz etkilenenlere, örneğin balıkçılara da yaklaşık 400 milyon dolar da tazminat ödedi.[74]"

Her ne kadar şirket bu zararları biraz da olsa düzeltmeye çalışsa da kazanın sonuçlarının Meksika körfezinde geri dönüşü olmayan zararlara yol açtığı ifade edilmektedir. Hali hazırda oluşan çevresel felaketin boyutlarıyla ilgili, kaynaklarda çok farklı rakamlar telaffuz edilmiş ve bu felaketin, Amerikan hükümetinin enerji politikalarını değiştireceği yönünde bir haber, CNN'in basın yayın organlarında telaffuz edilmiştir.

Kazanın ardından Sürdürülebilir okyanus ve insan yaşamı alanlarında çalışmalar başlatıldığı kaynaklarda işlenmektedir. BP'nin öncülüğünde Dünya Petrol Sızıntısı Engelleme Birliği kurulmuş ve önlemler artırılmıştır. BP şirketinin CEO'su Tony Hayward yaptığı açıklamada: BP'nin Meksika Körfezinde meydana gelen felaketin tüm sorumluluğunu üstlendiğini ve kazadan etkilenenlerin tüm meşru taleplerini karşılamaya hazır oldukları belirtmiştir.[75]

"Amerikan Hükümeti de kazaya seyirci kalmamış ve sızıntının başlamasından itibaren bir kriz komuta heyeti kurmuştur. Bu komuta heyetine Madenlerle İlgili Yönetim Ajansını, Çevre Koruma Ajansını (EPA), İçişleri Bakanlığını, Sahil Güvenliği, Savunma Bakanlığını, Balık ve Vahşi Hayat Servisini, Birleşik devletler

[73]Hem Kendi Battı Hem Çevreyi Batırdı, Dış haberler servisi , Milliyet Gazetesi, 24 Nisan 2010.

[74]Çevrimiçi, http://www.ntv.com.tr/arsiv/id/25129937#storyContinued, 16 Aralık 2015.
[75] Cutler J. Clevelad,**Deepwater Horizon Oil Spill**, Çevrimiçi, http://www.bu.edu/sustainability/deepwater-horizon-oil-spill/ 05 Eylül 2015.

Jeolojik Araştırma Kurumunu (USGS) ve Hastalık Kontrol Servisini (CDC) dahil ederek alınacak kararlarda konsorsiyum oluşturulmasını amaçlamıştır.[76]"

Sürdürülebilirlik konusu bu kadar gündemdeyken bile çok yakın tarihte meydana gelen bu kazanın insanlara daha çok şey anlatması gerektiği ve bununla ilgili daha realist önlemler alınması gerekliliği, gelecek nesillere daha fazla problem bırakmamak adına üzerinde çalışılması gereken hayati konular olarak kaynaklarda işlenmektedir.

1.3.7.Çevre Sorunlarının Algısı Bakımından ABD Örneği

Sürdürülebilirlik konusundaki endişelerin başında ekosisteme verilen zararların geri dönüştürülememe ihtimali gelmektedir. Kaynaklarda üstünde sıkça durulan bu savın nedeni ekolojik hayat olmadan insanın hayatını sürdüremeyeceği gerçeğine dayandırılmaktadır.

Ülkelerin gelişmişlik seviyeleriyle sürdürülebilirlik konusundaki hassasiyetlerinin paralellik gösterdiği gözlemlenmektedir. Örneğin; "Amerika'da 2012'den başlayarak aşamalı olarak enerji tasarrufsuz ve çevreye duyarsız ampullerin kaldırılması için tarih belirlendi. Bu aktivitelere ek olarak Amerikan vatandaşlarının yarısından fazlası evlerinin ve işyerlerinin ışıklarını kapatarak hava sıcaklığını bir iki derece düşürmüşler ve dişlerini fırçalarken musluğu kapatmaya başlamışlardır.[77]"

"Yüksek benzin fiyatlarından dolayı 2009 itibariyle insanlar birleşik otomobil paylaşma programları oluşturmuşlar ve bu programa bağlı olarak yetişkin Amerikalıların %23'ü işe giderken aracını paylaşmakta (birleşik otomobil paylaşma programı sayesinde), ve dörtte birine yakını Metro ve Otobüs kullanmakta, %31'i ise yürümeyi yada bisikletle gitmeyi otomobille gitmeye tercih etmektedir.[78]Bu program

[76] Cutler J. Clevelad,**Deepwater Horizon Oil Spill**, Çevrimiçi, http://www.bu.edu/sustainability/deepwater-horizon-oil-spill/ 05 Eylül 2015
[77] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.14.
[78] A.g.e. S.14-15

tüm dünya'da yayılmış hatta Türkiye'dede BlablaCar* ismiyle faaliyet gösteren bu program gün geçtikçe üye sayısını artırmaktadır.[79]"

Amerika'da vatandaşların çevre sorunlarının öncelikleriyle ilgili yapılan ankette yetişkin Amerikalıları endişelendiren konular şöyle sıralanmaktadır:

Tablo 1: Amerikalıları sürdürülebilirlikle ilgili endişelendiren konular.

	2009 %	2005-2009 %'lik değişim
Su Kalitesi	67	- 1%
Tehlikeli atıklar, toksik atıklar, nükleer atıklar	61	- 6%
Taşıtların yarattığı kirlilik	54	+ 2%
Su tasarrufu	53	+ 10%
Ağaçların yok edilmesi	52	+ 8%
Küresel ısınma ve İklim değişikliği	50	+ 2%
Aşırı nüfus	50	+ 28%
Fosil yakıtlara bağımlılık	47	+ 18%
Yerleşim alanı azlığı ve çarpık kentleşme	37	+ 42%

(Kaynak: Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.18-19.)

[79] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.14.
* Araç paylaşımı için kullanılan online tabanlı program

Kaynaklarda Amerikan Resmi ve Sivil kurumlarının özellikle 90'lı ve 2000'li yıllarda doğan çocuklar için "Sürdürülebilirlik Hakkında Bilgilendirme" seferberliği başlattığından ve büyük oranda başarılı olduğundan bahsedilmektedir. Bunun anlamının gelecek yıllarda bu coğrafyada ekolojik yaşamın sürdürülebilir olması bakımından enerji, tarım, mimari ve ekoloji konularında daha hassas yetişmiş ve daha yaratıcı bir nesil anlamına geldiği belirtilmektedir.

1.4. ÜLKEMİZDE EN FAZLA ENDİŞE DUYULAN ÇEVRE SORUNLARI VE İLLERE GÖRE DAĞILIMI

Kaynaklara baktığımızda ülkemizdeki Sürdürülebilirlik konusuyla ilgili endişelerin daha çok çevre ve tarımsal üretim ekseninde olduğu görülmektedir. Bir ekoloji dergisinde ülkemizle ilgili şu görüşler yer almıştır:

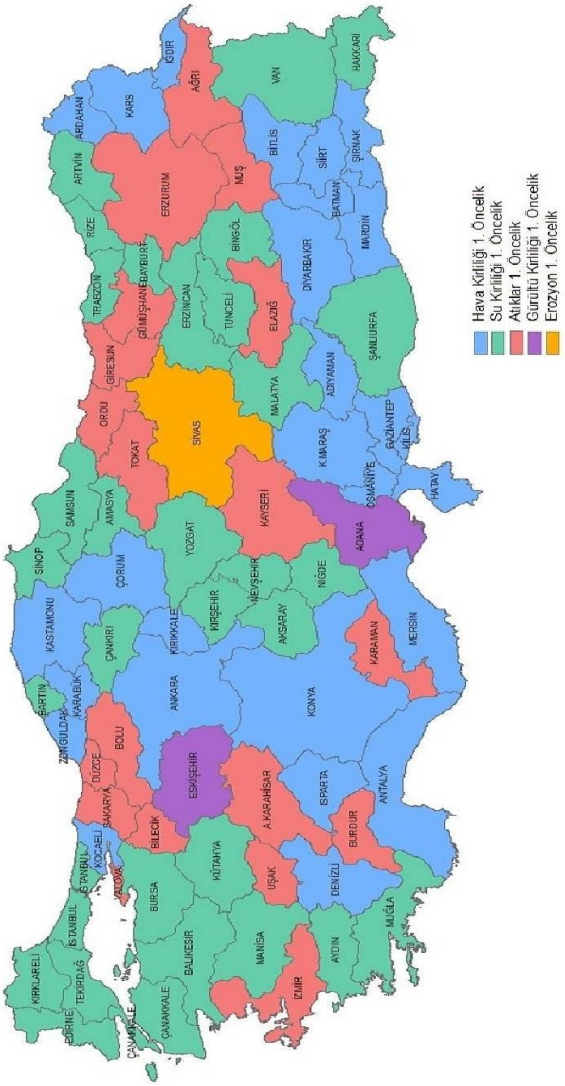
"Küresel ısınmayı önlemek için karbon salınımlarının sınırlandırılmasının öneminin tartışıldığı bir dönemde Türkiye toplam karbondioksit salımında, 2005 yılı verilerine göre, Avrupa Birliği ülkeleriyle karşılaştırıldığında yıllık 215,9 milyon tonla yedinci sırada. Sanayi sektörü salınımlarında ise ilk sırada. Türkiye` de üretilen tehlikeli atık miktarı belirsiz ve sanayide üretilen ve kullanılan kimyasallar ve ortaya çıkan atıkların niteliği ile ilgili hiçbir kayıt altına alma çalışması bulunmuyor. Su kaynakları giderek azalıyor, 20 yıl önce kişi başına 4 bin metreküp su düşerken, bugün 1400 metreküp su düşüyor."[80]

"Türkiye 'su yoksulu' ülkeler arasına girmiş durumda. Ülkemizde bio-çeşitlilik çeşitli şekillerde toprağın bozulması ve doğal kaynakların yok olmaya başlaması yüzünden tehdit altında. Korunan alanın tüm alanlara oranı sadece %1. Gen kaynaklarımızın bir envanterine sahip olmadığımız gibi her yıl 2 milyona yakın genetiği değiştirilmiş mısır, soya, pamuk ve koza tohumu kaçak olarak Türkiye`ye sokuluyor. Erozyon sonucunda yılda 500 milyon ton verimli toprak kaybediliyor.

[80] Barış Gencer BAYKAN,**Dünya Çevre Liginde neredeyiz?,** Ekoloji Magazin 23. Sayı, Temmuz-Eylül 2009

Her yıl 80-100 bin dönüm orman yanarak, 5-7 bin dönüm orman ise tarla açma ve yerleşme sebebiyle yok oluyor."[81]

Tablo 2: Ülkemizde İllere göre en çok endişe duyulan konular.

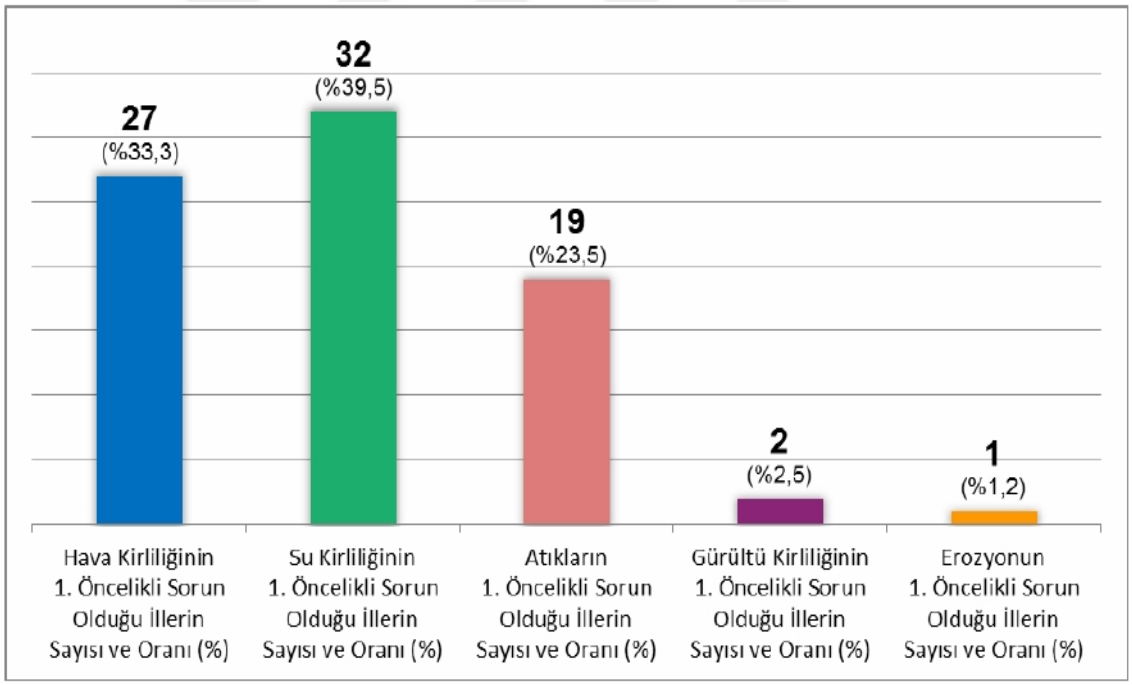


(**Kaynak:** T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2014.pdf, 14 Aralık 2014.)

[81] Barış Gencer BAYKAN,**Dünya Çevre Liginde neredeyiz?,** Ekoloji Magazin 23. Sayı, Temmuz-Eylül 2009

“Plansız kentleşme, atık sular, altyapı yokluğu, turizm ve kontrolsüz avcılık yüzünden denizler ve kıyılar kirleniyor. Termik santrallerin Türkiye`nin toplam karbondioksit salınımında yüzde 20 payla üçüncü sırada yer almasına, çevre ve insan sağlığına verdiği zararlar tespit edilmesine rağmen yeni termik santraller planlanıyor. Türkiye`nin ilk nükleer santralının yapımına yönelik ihale için çalışmalar tamamlandı. Pahalı, riskli ve kirli bir enerji üretme biçimi olan nükleer enerji tüm dünyada yıllardır tartışılan bir çevre problemi. Atık sorunu, nükleer kazalar, nükleer silahlar, eski nesil teknoloji kullanımı ve büyük maliyetiyle anılan nükleer enerji önümüzdeki yıllarda toplumun gündemini işgal edecektir. Bir dönem kalkınmanın en önemli araçlarından biri sayılan barajların sürdürülebilirliği, olumsuz sosyo-ekonomik ve çevresel etkileri üzerinden tartışılmaktadır.[82]”

Grafik 1: Türkiye’deki öncelikli çevre sorunlarının illere göre dağılımı



(**Kaynak:** T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2014.pdf, 14 Aralık 2014.)

[82] Barış Gencer BAYKAN,**Dünya Çevre Liginde neredeyiz?,** Ekoloji Magazin 23. Sayı, Temmuz-Eylül 2009.

Çevre sorunlarının tespiti ve değerlendirilmesinin ardından sorunların çözümü için bir öncelik sıralaması oluşturulması çalışmalarına Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca devam edildiği açıklaması kurumun yayınlarında görülmektedir.

"Türkiye'de son olarak 2012 yılına ait, Bakanlığın taşra teşkilatından elde edilen bilgilere göre, çevre sorunlarının neler olduğuna genel olarak bakıldığında, 32 ilde su kirliliğinin, 27 ilde hava kirliliğinin, 19 ilde atıkların, 2 ilde gürültü kirliliğinin, 1 ilde erozyonun öncelikli çevre sorunları olduğu görülmektedir."[83]

"2012 yılında önceki döneme göre hava kirliliği ve atıkların birinci öncelikli sorun olduğu illerin sayısı azalmıştır. Bunda, doğalgaz kullanımı ve atık bertaraf/geri dönüşümü konusundaki gelişmelerin etkisi olduğu düşünülmektedir. Buna karşın su kirliliğinin birinci öncelikli sorun olduğu illerin sayısında artış olmuştur. Çevresel sorunların önceliklerinin bilinmesi; ulusal politikaların oluşturulmasında, illerin geleceğe yönelik kalkınma hedeflerini planlanmasında, doğal kaynaklarımızın optimum kullanımının sağlanmasında, diğer paydaş kurumların uygulama planlarını hazırlamalarında ve çevre kirliliği ile mücadelede önem arz etmektedir. [84]"

"Hava kirliliği ile ilgili olarak en başta kalitesiz yakıt kullanımın önüne geçilmesi, bu konuda toplumun bilinç düzeyinin arttırılması, çevre dostu yakıtların ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının özendirilmesi gibi tedbirlerin alınması gerekmektedir."[85]

"Atıklarla ilgili olarak, mali kaynaklar sağlanarak, düzenli depolama alanlarının artırılması, geri dönüşüm ve yeniden kullanım uygulamalarının arttırılması gerekmektedir. Aynı zamanda belediyelerin farkındalığının artırılması ve bilinçlendirilmesi gerekmektedir."[86]

---

[83] T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2014.pdf, 14 Aralık 2014.
[84] .A.g.e.
[85] A.g.e.
[86] A.g.e.

"Bütün bunlara ilave olarak çevre ile ilgili hususlarda halkı bilinçlendirmesi amacıyla eğitim çalışmalarına önem verilmesi gerekmektedir."[87]

Çevre Bakanlığının yaptığı çalışmaların yanında Birleşmiş Milletler Gelişim Programı (UNDP) de Türkiye'de Turizm, Ormancılık ve Deniz Hayatını geliştirme ve kıyıları koruma anlamında sürdürülebilirlik projeleri olan ve bunu hayata geçirmeye çalışan bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır.

"Birleşmiş Milletler Gelişim Programı Türkiye'deki amaçlarını şöyle açıklamışlardır: "İklim değişikliği, su ve hava kirliliği, erozyon, tarım ve orman alanlarının azalması ve biyoçeşitliliğin azalması küresel endişeler arasında yer almaktadır. Her yerde olduğu gibi Türkiye'de bu problemler sürdürülebilir ilerlemeyi engellemektedir. [88]

"İklim değişikliği ve bu çevresel portfolyo çerçevesinde tüm paydaşların ekosistemin faydasına olacak şekilde bu konulardaki çalışmaları paylaşmak ve genişletmenin amaçlandığından bahsedilmektedir.[89]"

Gelişim programı, ekolojik bozulmanın önlenmesi ve halihazırdaki sorunlara cevap verme kapasitesinin güçlendirilmesi üzerinde durmaktadır. Daha spesifik olarak bunlar, biyoçeşitliliğin azalması konusu, orman yönetimi ve kimyasal atıklar konularını içermektedir. Bunun yanında sektörler arası afet yönetim ve denetim araçlarını güçlendirmek, toplumun direncini artırmak, iklim değişikliğine cevap verme anlamında toplumun ve tüm sektörlerin birbirine uyumunu sağlamak amaçlanmakta denilmektedir.[90]

Çalışmalarının kalbinde iklim değişikliğinin ve çevrenin yer aldığını söyleyen Birleşmiş Milletler Gelişim Programı çalışmalarını iki temel üzerine kurduğundan

---

[87] T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2014.pdf, 14 Aralık 2014.
[88] Çevrimiçi, http://www.tr.undp.org/content/turkey/en/home/ourwork/environmentandenergy/in_depth, 05 Şubat 2015
[89] Çevrimiçi, http://www.tr.undp.org/content/turkey/en/home/ourwork/environmentandenergy/in_depth, 06 Şubat 2015
[90] A.g.e.

bahsetmektedir. Bunlarda birincisi "Doğal kaynakların yönetimi" ikincisi ise "iklim değişikliği ve afete dayanıklılık" konularıdır.[91]

Birleşmiş Milletlerin Gelişim Programı ve Türkiye'de sürdürülebilirlik ile ilgili çalışan uluslararası kurumlara baktığımızda sürdürülebilir enerji ve tarım konularına değil de daha çok çevre konusuna eğildikleri görülmektedir.

1.5. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL ANLAYIŞ

Sürdürülebilirlik kavramının kökeni, kaynaklara bakıldığında 'Yeşil' kavramından çok daha eskilere dayandığı görülmektedir. Bunun yanında birçok kaynakta İnsanın avcı-toplayıcı yaşamdan Tarım toplumuna geçişi ilk sürdürülebilir yaşama yönelik atılan adımlara örnek olarak gösterilmektedir.

Sürdürülebilirlikle ilgili en kapsamlı tanım şu şekildedir: "Sürdürülebilirlik basit bir temel üzerine kurulmuştur. Bizim hayatta kalmamız ya da refahımızı sürdürmemiz doğrudan ya da dolaylı olarak çevremizdeki doğaya bağlıdır. Sürdürülebilirlik işte bu doğanın desteklenerek üretken bir uyum içinde insan hayatını sürdürülebilecek koşulları korumasını sağlamaktır. Bunu yaparken de şimdiki ve gelecek nesillerin sosyal ve ekonomik gerekliliklerini yerine getirebilecek şekilde yapabilmesini sağlayacak bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.[92]"

Batı Avrupa'da Amerika'da ve Japonya'da 1960'lı yıllarda çevre bilinci oluşmaya ve bununla ilgili yayınlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Çevreciler, kirliliğin insan yaşamını çeşitli yönlerden tehdit ettiğini anlamaya ve çevre temizliğinin önemini bu yıllarda kavramaya başlamışlardır. Aynı zamanda çevreciler bu konuda sırasıyla devletin, halkın ve medyanın sorumluluklarının farkına varmaya başlamış bunun yanında yasalarla ve denetimlerle kirliğin sonuçları azaltılmaya çalışılmıştır.[93]

---

[91]Çevrimiçi, http://www.tr.undp.org/content/turkey/en/home/ourwork/environmentandenergy/in_depth, 05 Şubat 2015

[92] William R. Black, **Sustainable transportation:A US perspective** Volume 4, Issue 3, September 1996, Pages 151–159.

[93]Övgü Engin,ZehraTürk,'YeşilPazarlama'yıl:7,sayı:78,Haziran2004, (Çevrimiçi), http://www.mevzuatdergisi.com/2004/06a/01.htm, 05 Nisan 2015.

Kavram ve kelime olarak olarak 'Yeşil' 80'li yılların sonlarında 90'lı yılların başlarında önem kazanmaya başlamıştır. Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) 1975 yılında ilk 'Ekolojik Pazarlama' ofisini kurdu. Bu ofisin çalışmaları sonraki yıllarda kitaplaştırılacak ve bu alanda ilk kitap olacak olan 'Ekolojik Pazarlama' olarak isimlendirilecektir.[94]

Bir başka görüşe göre ise, "Yeşilin kavram olarak veya alternatif bir yaklaşım olarak ortaya çıkışı, çevre bilincinin göreceli olarak yerleşmesinden sonra bir strateji olarak pazarlama çalışmalarıyla olmuştur. Yeşil kavramının pazarlamaya entegre edilmesiyle, ilk ortaya çıktığından bu yana, yeşil yaklaşımın daha çok kar amaçlı bir pazarlama stratejisi olarak görülmesine neden olduğu konusunda azımsanamayacak sayıda görüş beyan edilmektedir.[95]

[94] Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 04 Mayıs 2016.
[95] A.g.e.

2.YEŞİL KAVRAMI VE LİTERATÜRE GİREN YEŞİL TERİMLER

2.1 BİR ANA AKIM OLARAK YEŞİL KAVRAMININ TANIMI

Yeşilin kavram olarak veya alternatif bir yaklaşım olarak ortaya çıkışı, çevre bilincinin göreceli olarak yerleşmesinden sonra bir strateji olarak pazarlama çalışmalarıyla olmuştur. Yeşil kavramının pazarlamaya entegre edilmesiyle, ilk ortaya çıktığından bu yana, yeşil yaklaşımın daha çok kar amaçlı bir pazarlama stratejisi olarak görülmesine neden olduğu konusunda azımsanamayacak sayıda görüş beyan edilmektedir.

Sözlüğe baktığımızda 'Yeşil'(Greening) bir yeri daha sürdürülebilir ve daha yeşil hale getirme süreci olarak tanımlanmaktadır.[96]Bir başka sözlükte ise Yeşil yine bir süreç olarak ele alınmakta ve sürecin insanları çevreyle ilgili daha bilinçli hale getirdiğinden bahsedilerek çevreci düşünmeyi sağlamaya yardımcı olduğundan bahsedilmektedir. [97]

Kavram olarak yeşil pazarlama, 80'li yılların sonlarında 90'lı yılların başlarında önem kazanmaya başlamıştır. Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) 1975 yılında ilk 'Ekolojik Pazarlama' ofisini kurdu. Bu ofisin çalışmaları sonraki yıllarda kitaplaştırılacak ve bu alanda ilk kitap olacak olan 'Ekolojik Pazarlama' olarak isimlendirilecektir.[98]

2.2 YEŞİL KAVRAMININ TARİHÇESİ

1960'larda çevreci bir yaşam bilincini yönetmek ve bunu birinin harcamalarına dahil etmek, çok sınırlı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktaydı. Fakat şimdilerde bu sık karşılaşılan bir olgudur ve bu, pazarlama kurallarını büyük oranda değiştirmiş ve değiştirmektedir. Bugünün yeşil tüketicilerinin öncüleri Rachel Carson'ın yeni ufuklar açan ''Sessiz Bahar(1962)'' kitabından aldıkları ilhamla, kenevir lifinden

---

[96] Çevrimiçi, http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greening, 01 Şubat 2015.
[97]Çevrimiçi, http://www.thefreedictionary.com/greening, 01 Şubat 2015.
[98]Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 01 Şubat 2015.
*Bir tür terlik/ayakkabı
**Tahıllı kahvaltılık bir yiyecek türü

yapılmış giysiler ve Birkenstock* giymeye, Wolkswagen minübüs kullanmaya, çatılarına güneş enerjisiyle çalışan su ısıtma sistemleri kurmaya, Granola**'yı bile kendileri yapıp tüketmeye başlamışlardır. Bazen garajlarda ve bodrumlarda üretilmiş ve daha çok marjinal işletmelerde bulunan yeşil ürünler, kimsenin tanımadığı pahalı markalardan ibaret saglıklı gıda mağazası raflarında tozlanmaya başlamıştır. Bu gıdalara talep olmaması saşırtıcı degildi. 1970'lerin fosfat korkusuna cevap olarak üretilen çamaşır deterjanlari çamaşırları kirli bırakmakta, ilk jenerasyon floresan ampuller yeşil bir pus oluşturmakta ve tahıllı gıdaların tadı insanlara kağıt gibi gelmekteydi. Bunlar da insanların çevreci tüketim yapmasını zorlaştırmaktaydı.[99]

Yeşil Media o dönemlerde National Geographics'in birkaç kopyası, Jacques Cousteaus'in özel PBS sualtı maceralari ve idealist, liberal Mother Jones, Une reader ve New age gibi yayınlarla sınırlıdır.[100]

Zaman geçtikçe değişen bir çok şeyle birlikte yeşil pazarlamanın kuralları da çok değişti. Günümüzde tüm dünyada kendi yaşıtlarının özelliklerini yansıtan yüzde 83 oranındaki Amerikalı yetişkinler, biraz da olsa çevreci tüketim bilinci taşıyor. Onlar sürdürülebilir seçimlerine yüksek oranda ulaşılabildikleri, beklentilere cevap veren yaşam tarzından hoşlanmaktadırlar. Ürün ve teknolojilerdeki gelişimler sayesinde günümüzün yeşil ürünleri (alternatifleriyle kıyaslandığında daha az zararlı etkiye sahip) ve bugünün daha sürdürülebilir (dürüst ticaret gibi sosyal bilinç yükleyen) ürünleri sadece daha çok kullanılmakla kalmıyor aynı zamanda yeşil olmayan meslektaşlarından daha çok işe yarıyorlar ve daha etkililer.[101]

Yeşil Pazar bununla sınırlı kalmamaktadır, daha gelişmiş kurallarla değişerek, büyüyecek ve gelişecektir. Gününümüzün yeşil tüketicisine ne kadar iyi hitap edeceğini bilmek, satışları ve gelirleri artıracak ayrıca büyüyen piyasa payınızı

---

[99]Jacquelyn A. Ottman, **The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding,** Greenleaf Publishing Limited Ocak 2011, (Çevrimiçi), https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=uIDO3Gr104usC&oi=fnd&pg=PR9&dq=green+marketing+ottman&ots=0uUSxDK1yx&sig=hSw8u0_Wfq0zea8Zj03QvoQSac0&redir_esc=y#v=onepage&q=green%20marketing%20ottman&f=false, 10 Mayıs 2016.

[100] A.e. S.1.

[101] A.e. S.2

*Bir çeşit terlik.

** Pirinçten ya da yulaftan yapılan kahvaltılık gevrek.

artırmak, çalışanlarınızın moralini yükseltmek, paranızı daha iyi kullanmak için büyük imkanlar sunmakta ve sunacaktır. Sürdürülebilirlik (gelecek jenerasyonların ihtiyaçlarının yeryüzünde var olmaya devam etmesi durumu olarak tanımlanmaktadır) işinizin bağlı olduğu hammadde kaynaklarını korurken ürünleriniz için uzun süreli pazarlardan yararlanmanızdır.[102]

Ken Peattie'nin 2000'li yılların başında yayınladığı makalede Yeşil Pazarlamanın gelişimini üç aşamaya ayırdığı görülmektedir. Kısaca ilk aşama 1960 ve 1980'li yılları kapsamaktadır ki bu nerdeyse tamamıyla kar amaçlıdır. İkinci aşama 1980'den başlayıp 2000'e kadar olan yılları kapsamaktadır ki bu biraz daha sağduyunun pazarlamaya girdiği zamanlardır, üçüncü aşama ise 2000'li yılların sonrasını kapsamaktadır ve bu dönem üreticinin de tüketicinin de büyük oranda bilinçlenmeye başladığı yıllardır.

Görüldüğü üzere 'Yeşil' konusunu ateşleyen ve yayılmasında büyük rol sahibi olan olgu 'kar' olgusudur. Firmaları bu konuda motive eden şeyin varlıklarını devam ettirmek ve kar sağlamak olduğundan kaynaklarda bahsedilmektedir. Bu yüzden konunun Pazarlama ayağından bahsedilirken Ürün, Fiyat, Tutundurma ve Dağıtım başlıkları altında incelendiği görülmektedir.

2.3. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YEŞİL ANLAYIŞ

Küreselleşmenin bir sonucu olarak, günümüzde hem özel olarak ülkeler, hem de tüm dünya, bir ülkenin tek başına altından kalkamayacağı, yeryüzünün tüm kara, hava ve deniz alanlarını da içine alan çevre kirliliği gibi büyük bir problem başta olmak üzere, ozon tabakasının incelmesi, küresel ısınma ve iklim değişikliği, hayvan ve bitki türlerinin (ekolojik çeşitliliğin) azalması, asitleşme, kullanılabilir su kaynaklarının plansız tüketilmesi, küresel yoksulluk, finansal istikrarsızlık, salgın hastalıklar, savaşlar, göçler, kentleşme ve gürültü kirliliği ve daha nice sorunlarla uğraşmak ve bunları yönetmek zorundadırlar. Fakat yerel düzeyde bunlar gerçekleşirken bu etkenlerin azaltılması ve kontrol edilebilmesi için kaynaklarda küresel bir dayanışmaya ve evrensel yaklaşımlara olan ihtiyacın ne kadar önemli

olduğundan bahsedilmektedir. Kısacası bu zararların önlenmesi veya kontrol altına alınabilmesi için küresel işbirliği ve uluslar arası anlaşmalarla alınacak önlemlerin büyük önem arz ettiği konusunda bir görüş birliği olduğu görülmektedir.[103] Sürdürülebilirlik ve Yeşil Konusunda başta Birleşmiş Milletler olmak üzere birçok uluslar arası kurumun çalışmaları bulunmaktadır.

"Birleşmiş Milletler, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) ve uluslar arası finans kuruluşları sorunlara çözüm bulunabilmesini temin etmek için çok-taraflı işbirliği yollarını geliştirmeye yönelik girişimleri teşvik etmektedirler ve bu çalışmalar arasında eşgüdümü sağlama çabasındadırlar."[104]

Birleşmiş Milletler kendi içinde 'Yeşil' ve 'Sürdürülebilirlik' konularının yeryüzü için ne kadar büyük önem taşıdığını kendi üyelerine anlatabilmek ve farkındalığı artırabilmek için 'Maviyi Yeşillendirmek'(Grening the blue) isimli resmi bir sistem kurmuştur. Bu konuda yapılan web sitesi konuyla ilgili neler başarıldığını, bundan sonra ne olacağını ve BM çalışanlarının hangi uygulamalara katıldığını güncel olarak aktarmaktadır.[105]

Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma ve yeşil ekonomi modellerinin en somut ölçütleri olan sürdürülebilirlik uygulamaları ile ülkemizin yerel sürdürülebilirliğinin artırılması ve küresel sürdürülebilirliğe katkısının artırılması amaçlanmaktadır.[106] Türkiye Cumhuriyeti, anayasasında çevre konusunun yer aldığı birkaç ülkeden bir tanesidir fakat; yürürlükteki çevre kanununu ve yönetmeliklerde sorumluluk alanlarının sınırları tam çizilemediğinden bir yetki kargaşasından bahsedilebilmektedir.[107]

---

[103]Biltekin Özdemir, Çevrimiçi, http://dergiler.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/156/01.Biltekin.Ozdemir.pdf, 10 Mayıs 2015.
[104]T.C. Dışişleri Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-cevre-konulari.tr.mfa, 10 Mayıs 2015.
[105]Çevrimiçi, http://www.un.org/en/sections/general/un-and-sustainability/index.html, 10 Mayıs 2015.
[106]Çevrimiçi, http://www.un.org.tr/Rio20_En_iyi_uygulamalar_basvuru_rehberi.pdf, 11 Mayıs 2015.
[107]Ecehan Öz, **Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları**, Çevrimiçi, http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/11/vol_3_no_12_Ecehan_OZ_Makale.pdf, 12 Eylül 2016.

"İnsani kalkınma raporlarına bakıldığında, Türkiye'nin eğitim sağlık ve ortalama yaşam süresi gibi göstergelerle hazırlanan beşeri sermaye indeksi açısından geride olduğu, 1995'ten 2015'e 16 sıra gerilediği ve sonuçta teknolojiden yeterince yararlanamadığı; Türkiye'de, başta eğitim olmak üzere beşeri sermayeyi artırıcı çabaların yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Tübitak, Çevre Bakanlığı, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, REC Türkiye, bazı özel sektör ve üniversitelerce araştırmalar yapılmakla birlikte, ülkede kullanılabilir bir sürdürülebilirlik modellemesi dolayısı ile de ölçme ve değerlendirme sistemi bulunmamaktadır."[108]

"Bu tespitler ışığında ülkemizde bu konudaki boşluğu doldurmak için,

- politik entegrasyonu kolaylaştırıp

- insan sağlığı dikkate alınarak

- çevresel ve ekolojik değerleri barındıran ekonomik çözümler üretilmesi için sürdürülebilir bir kalkınma modeli oluşturulması hedeflenmelidir." [109]

Bu bilgiler ışığında ülkemizin Sürdürülebilirlik konusundaki durumunun iyi olmadığını söyleyebiliriz fakat 2015-2016 yılları itibariyle özellikle Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın çalışmaları ve Yerel belediyelerin projeleriyle bazı özel kuruluşların projeleri hayata geçirilmekte ve bu konuda umut verici gelişmeler yaşanmaktadır.

2.3.1 BM SEVİYESİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL

Birleşmiş Milletler seviyesinde çevre konusunun ilk kez gündeme geldiği konferans 1972 Stockholm Konferansı olduğundan kaynaklarda bahsedilmektedir ve bu konferansla birlikte başlayan çalışmalar günümüze kadar sürmüş ve Sürdürülebilirlik

---

[108] Ecehan Öz, **Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları**, Çevrimiçi, http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/11/vol_3_no_12_Ecehan_OZ_Makale.pdf, 12 Eylül 2016.

[109] Ecehan Öz, **Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları**, Çevrimiçi, http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/11/vol_3_no_12_Ecehan_OZ_Makale.pdf, 13 Eylül 2016.

konusuyla ilgili birçok proje hayata geçirilmiş ve geçirilmektedir. Kronolojik olarak bu çalışmalar bakılacak olunursa:

*1972 Stockholm Konferansı: "*5-16 Haziran 1972 tarihlerinde Stockholm'de gerçekleştirilen "Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı"nda sosyo-ekonomik yapıları ve gelişme düzeyleri farklı olan birçok ülke, "çevre" konusunda ilk defa bir araya gelmiştir. Konferansta "Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Bildirisi" kabul edilmiştir."[110]

Bruthland Raporu: "1987 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunca hazırlanan bu rapor yoksulluğun ortadan kaldırılmasını, doğal kaynaklardan elde edilen yararın eşit dağılımını nüfus kontrolü ve çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesi gibi sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda hazırlanan birleşmiş raporudur."[111]

*Rio Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı: "*1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro şehrinde BM çevre ve kalkınma konferansı düzenlenmiştir. Rio zirvesi olarak da bilinen bu konferans, 108'i devlet başkanlığı düzeyinde olmak üzere 172 ülkenin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu konferansın insanların Yeşil yaşam formlarına ilgi duyması ve konunun ciddiyetini anlamaları bakımından etkili olduğu kabul edilmektedir."[112]

Konferansın en önemli sonucu Gündem 21 eylem planıdır. İki hafta süren konferansın amacı, küresel ölçekte çevre sorunları ile mücadele ve sürdürülebilirlik olgusu arasındaki bağları güçlendirmektir. Bu konferansta üç sözleşme imzalanmıştır: [113]

- Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi
- Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi

---

[110]T.C. Dışişleri Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-cevre-konulari.tr.mfa, 10 Mayıs 2015.
[111] A.g.e.
[112] T.C. Dışişleri Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-cevre-konulari.tr.mfa, 11 Mayıs 2015.
[113]A.g.e.

- Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesidir.

*Birleşmiş Milletler Nüfus ve Kalkınma Programı: "*1995 yılında Mısır'ın başkenti Kahire'de yapılan bu konferansta dünyanın geleceğiyle ilgili önemli kararlar alınmıştır. Bu konferansta sürdürülebilir gelişme kavramı ve nüfus kavramı birbiriyle ilişkilendirilmiştir. Sözgelimi, Kahire Bildirgesi'nde bu konuda "günümüzde ve gelecekte bütün insanların eşit paylaşacakları refahı sağlayacak bir araç olan sürdürülebilir gelişme, nüfus, kaynaklar, çevre ve gelişme arasında karşılıklı ilişkilerin tam olarak bilinmesini, uygun şekilde düzenlenmesini ve bunlar arasında uyumlu bir denge olması zorunluluğunun üzerinde durmuştur."[114]

Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı Habitat-II: 1996 yılında İstanbul'da düzenlenen bu konferansta Sürdürülebilirlik kavramının kapsamı genişletilerek kavramın değişik disiplinlerle ilişkisi üzerinde durulmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı bu konferansta ekonomiden yönetime kadar birçok alanla ilişkilendirilmiştir. Habitat II konferansında ise insan yerleşimleri alanına uyarlanmıştır ki bu daha çok 'yeşil' kavramının alanına giren bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Habitat Gündemi'nin Giriş bölümündeki 4. maddede "demokratik, insan haklarına saygılı, şeffaf, katılımcı ve halka hesap veren yönetimler ile sivil toplumun etkin katılımının, sürdürülebilirliğin gerçekleşmesinde temel etmenler" olduğu belirtilmiştir.[115]

Bu noktada İletişimin ne kadar önemli olduğu konusu göze çarpmaktadır ve bununla ilgili olarak daha sonra yapılan çalışmalar bazı kaynaklarda "Yeşil İletişim" olarak adlandırılacaktır.

Rio +5 Forumu: 1997 yılında Amerika'nın New York şehrinde Birleşmiş Milletler Özel oturumu olarak düzenlen bu zirve sonucunda, Rio Konferansı'nın bekleneni

---

[114]Recep Bozlağan, **Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı**, Çevrimiçi, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iusskd/article/viewFile/1023000277/1023000261,02 Ocak 2016.

[115] A.g.e. S.1-2

veremediği, bu nedenle daha başka girişimlerde bulunulmasının gerektiği üzerinde durulmuştur.[116]

Sürdürülebilir Gelişme Konferansı: 2002 yılında Güney Afrika'nın en büyük kenti olan bu konferans daha çok bir "durum değerlendirmesi" için toplanmıştır. Önceki konferanslarla karşılaştırıldığında daha geniş katılımlı bir konferans olduğundan bahsedilmektedir. Bu konferansta iki temel uluslar arası belge kabul edilmiştir. Bunlar "Eylem Planı" ve "Johannesburg Bildirgesi"dir. Bunların yanı sıra, hükümetlerin özel sektör temsilcileri ve sivil toplum örgütleri ile imzaladığı "ortak girişim" metinleri mevcut olduğu kaynaklarda geçmektedir.

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Çölleşme: 25 Eylül 2015 tarihinde ABD'nin New York kentinde yapılan BM zirvesi bu başlıkla toplanmış ve 2030 yılı hedefleri üzerine konuşulmuştur. 3 gün süren zirvenin ardından çevrenin korunması, yoksulluğun yok edilmesi ve eşitsizliklerle mücadele masaya yatırılmış, 17 madde 193 ülke tarafından oy birliği ile kabul edilmiştir.[117]

Son zamanlarda Birleşik Devletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler Sosyal ve Ekonomik Konular Bölümü (UNDESA), Birleşmiş Milletler Gelişme ve Ticaret Konferansları (UNCTAD), Global Yeşil Büyüme Enstitüsü (GGGI), Yeşil Ekonomi Koalisyonu, Yeşil Büyüme Liderleri ve daha bir çok kurum ve kuruluş Yeşil Büyüme ve Yeşil Ekonomi konularına ışık tutan ve bu konularda farkındalık yaratan birçok yayına imza atmışlardır. Daha da önemlisi gelişen ve gelişmiş ülkelerin bulunduğu Afrika, Latin Amerika, Asya-Pasifik ve Avrupa gibi birçok coğrafyada yeşil konusuyla ilgili yeni geliştirilen uygulamalar ortaya çıkmakta ve bunların bazıları genellikle 'Ulusal Yeşil Stratejileri' adı altında hayata geçirilmektedir. Bu yeni geliştirilen uygulamalar endüstriyel engellere, uygulama masraflarına, ulusal önceliklere, çeşitli sektörlerin düşük olanaklarına rağmen insanları en gerekli olan şeyler hakkında bilgilendirmek ve aydınlatmakla birlikte

---

[116]Ecehan Öz, **Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları**, , Çevrimiçi http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/11/vol_3_no_12_Ecehan_OZ_Makale.pdf, 12 Eylül 2016.

[117]Çevrimiçi, http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=51968#.VrzSV_KLSM8, 02 Mayıs 2015.

insanların bunları içselleştirmesine yardım etmektedir. Bu çalışmalar uluslar arası tecrübeler kazandırmakta; sosyal öncelikler, ulusal ekonomiler ve efektif yeşil politikalarının oluşturulması konusundaki endişeleri azaltmakta ve üzerinde uzlaşılmış uluslar arası gelişme hedeflerinin başarılması anlamında umutlandırıcı gelişmeler olarak değerlendirilmektedir.[118]

2.3.2 KYOTO PROTOKOLÜ

Kyoto protokolü; 1997 yılında Japonya'nın Kyoto şehrinde imzalanan taraflarının atmosfere saldıkları sera gazını aşamalı olarak en aza indirgemesini amaçlayan anlaşma olarak kaynaklarda yer almaktadır. Bu anlaşma küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda mücadeleyi sağlamayı amaçlamaktadır. 'Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi' içinde imzalanan bu protokol tarafların atmosferdeki karbondioksit oranının artmasına neden olan uygulamalardan kaçınmaya ve sera etkisine neden olan gazların salınımını azaltmaya veya bunu çeşitli şekillerde engellemeye çalışacaklarına dair anlaşmaları sonucunda imzalanan anlaşma olarak kaynaklarda yer almaktadır.

Protokol, imzalayan tarafların atmosferde sebep oldukları karbon miktarlarını 1990 yılındaki seviyelere düşürmelerini gerekli kılmaktadır. Yakın tarihlerde yapılan araştırmalara bakılacak olunursa Kyoto protokolünün kapsadığı 160 ülke dünyadaki sera gazı salınımının %55'inden fazlasından sorumlu durumdadır.[119]

Bu anlaşmayla hedeflenen hususlardan kısaca bahsetmek gerekirse:

- Atmosfere yapılan Sera Gazı salınımı %5 seviyelerine çekilecek
- Isınma, Sanayi ve Taşıtlardan ileri gelen kirlilikle ilgili düzenlemeler yapılacak
- Çöp depolama da ve Ulaşımda çevrecilik temel ilke olacak kullanılan araçlarda hybrid ve enerji tasarruflu ürünler yaygınlaştırılacak
- Atmosfere salınan metan ve sera gazlarının azaltılması için Rüzgar, Güneş vb gibi alternatif enerji kaynaklarının kullanılması planlanacak

[118]Çevrimiçi, https://sustainabledevelopment.un.org/topics/greeneconomy,02 Mayıs 2015.
[119] Çevrimiçi, http://unfccc.int/kyoto_protocol/items/2830.php, 02 Mayıs 2015.

- Termik santraller gözden geçirilecek ve daha az karbon salınımı yapan sistemler ve teknolojiler devreye sokulacak
- Nükleer enerji ön plana çıkarılacak ve Güneş enerjisi etkili bir şekilde kullanılmaya çalışılacak
- Fazla yakıt tüketenden, fazla miktarda karbon üretenden ve sera gazı salınımı yapandan fazladan vergi alınacak.[120]

Ülkemiz bu anlaşmayı imzalayacağını 2008 yılında açıklamış ve 2009 yılına gelindiğinde TBMM Genel Kurulundan geçirilerek yasalaştırılmıştır.[121]

Bu protokolün prensiplerine gelince; protokol devletler tarafından desteklenir ve BM şemsiyesi altında küresel kurallar ile belirlenir. Bunun yanında devletler Gelişmiş

Ülkeler ve Geçiş aşamasındaki ülkeler olarak iki sınıfa ayrılmıştır. Gelişmiş ülkeler Ek 1'e dahil olan ülkeler olarak sınıflandırılır ve Ek 2 olarak kabul edilen geçiş aşamasındaki ülkelere yardım etmekle yükümlüdürler. Ayrıca Ek 1 diye tabir edilen sınıflandırmaya dahil olmayan ülkelerin sera gazı sorumlulukları yoktur onlar; her yıl sera gazı raporu vermekle yükümlüdürler.

Bunların yanında bahsedilen sorumlulukları yerine getirmeyen ülkeler için bir ceza mekanizması da mevcuttur. Buna göre; o yıl hedeflenen Sera gazı salınımı seviyesine inemeyen ülkelerin bir sonraki yıl için hedeflenen sera gazı salınımı miktarının hedeflenenden %30 daha aşağıya çekmeleri istenmektedir. [122]

Türkiye'nin Ek B kategorisine alındığı bu anlaşmada 2008-2012 yılları arasında herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktaydı. Bunun yanında kaynaklarda verilen sayısal verilere göre; "Türkiye'nin kişi başına düşen sera gazı salınımı 5,9 tondur. Bu oran OECD ortalamasının 1/3'ü Avrupa Birliği ortalamasının ½'si kadardır. Türkiye'nin küresel ısınmaya katkısı son 150 yılda %0,04 oranındadır. 1990 yılında 187 milyon olan sera gazı salınımı, 2009 yılında 370 milyon tona çıkmıştır. Ülkemiz 2014 yılı verilerine göre enerjisinin yaklaşık %20'sini yenilenebilir enerji

[120]Çevrimiçi, http://unfccc.int/kyoto_protocol/items/2830.php,03 Mayıs 2015
[121]Çevrimiçi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Kyoto_Protokol%C3%BC, 03 Mayıs 2015
[122] A.g.e.

kaynaklarından elde etmektedir. Hedeflenen ise 2023 yılında bu oranı %30'a çıkartmaktır."[123]

Türkiye'nin Ulusal İklim Değişikliği Strateji belgesinin 2010-2020 yıllarını kapsayacak şekilde genişletildiği ve bu plana dayanı eylem planının 2011 yılında tamamlandığı resmi kaynaklarda geçmektedir. Ülkemizde protokolle ilgili kaygılar 2015 yılından bu yana ne yazık ki bölgedeki savaş vb. gerginliklerin gölgesinde kalmış ve kalmaya devam etmektedir.

2.3.3. 2015 PARİS İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ ZİRVESİ

Global olarak yaşanan İklim değişikliğini önlemenin veya bunu yavaşlatmanın yaşamsal bir öneme sahip olduğu dünyada bu sebepten tecrübe edilen felaketlerden ve sürecin böyle devam etmesi durumunda öngörülen senaryoların gerçekten korkunç olmasından dolayı Paris İklim Değişikliği Zirvesi planlanmıştır. İlk çerçeve sözleşmesi olarak iklim değişikliği ile mücadele planı Rio de Janeiro'da imzalanmış ve çeşitli aralıklarla konuyla ilgili toplantılar yapılagelmiştir.

Amerika Birleşik Devletleri başkanı Obama'nın konferansla ilgili değerlendirmesinde: "Dünyanın ihtiyacı olan bir anlaşma etrafında hepimiz bir araya geldik. Ancak hiçbir şey kolay olmayacak, ilerlemeler bir anda olmaz. Ancak, anlaşma ile gelecek nesillere daha iyi bir gelecek bırakma adına ümitliyiz" demiştir.[124]

30 Kasım – 11 Aralık tarihleri arasında yapılan konferansın neden bu tarihlerde olduğu sorusunun cevabını bilim adamları vermektedir. Bilim adamlarına göre; eğer sera gazı salınımı bu şekilde yükselmeye devam ederse geri dönülebilir eşiği geçeceğiz ve buradan sonra hem telafisi mümkün olmayan zararlar meydana gelecek hem de yıkıcı sonuçları olacaktır. Bu eşik bilim adamları tarafından 2 santigrat derece olarak hesaplanmış ve şu anda bizim buna etkimiz 5 santigrat derecelere yaklaşmaktadır. Bu kulağa yüksek bir rakam gibi gelmese de şu andaki sıcaklıkla buz

[123]Çevrimiçi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Kyoto_Protokol%C3%BC, 03 Mayıs 2015
[124]Çevrimiçi, http://www.businessht.com.tr/guncel/haber/1166571-iklim-konferansinda-alinan-bes-onemli-karar, 03 Mayıs 2015.

devrindeki sıcaklık arasındaki fark 5 santigrat derece civarındadır. Bu noktadan baktığımızda küçük değişiklikler yeryüzü için büyük değişimlere delalet etmektedir.[125]

Paris iklim değişikliği zirvesinde 31 sayfalık anlaşmada 5 önemli karara imza atılmıştır:

- Anlaşmaya taraf olan ülkeler sıcaklık artışını bu yüzyılın sonuna kadar 2 derecenin altında tutmak durumundalar. Burada hedeflenen ise ısınmanın en çok etkileyeceği ve en riskli tabir edilen ada ülkeleri gibi toplumların istediği 1,5 santigrat derece seviyelerine çekebilmek. Konuyla ilgili açıklama yapan bir yetkiliye göre artışın 2 derece seviyesinde sınırlandırılması karbon emisyonun %40 ila %70 oranında azalması anlamına gelmektedir.[126]

- Anlaşmaya göre sera gazı emisyonu azaltılacak ve anlaşmada sürdürülebilir kalkınmaya destek verecek bir mekanizma kurulması kararlaştırıldı. Bu mekanizmanın kuralları ise daha sonra belirlenecek.[127]

- Anlaşmaya göre ülkeler iklim zirvesinde alınan kararlar hakkında ne aşamada olduklarını her beş yılda bir rapor etmek zorunda. Buna göre ilk raporlama 2020 yılında yapılacak ve ilk değerlendirme toplantısı ise 2023 yılında yapılacak.[128]

- Anlaşmaya göre anlaşmayı imzalatan 195 ülke emisyon kısıtlamalarını ölçmek ve gözlemlemek için bir yapı oluşturacak. Bu mekanizma beklenen performansın altına düşen ülkeler için bir baskı mekanizması oluşturacak.[129]

- Anlaşmaya göre gelişmiş ülkeler gelişmekte olan ülkelere kirliliği azaltma konusunda finansal destek sağlanmasını zorunlu kılıyor. Anlaşmanın tarafları

---

[125]Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2015/jun/02/everything-you-need-to-know-about-the-paris-climate-summit-and-un-talks, 05 Haziran 2015.
[126]Çevrimiçi, http://www.businessht.com.tr/guncel/haber/1166571-iklim-konferansinda-alinan-bes-onemli-karar, 05 Haziran 2015.
[127] A.g.e.
[128] A.g.e.
[129] A.g.e.

2025'e kadar iklim finansman bütçesi hazırlanacağı konusunda da karar birliğine vardı. 2020 ile 2025 arasındaki finansman 100 milyar dolar olacak.[130]

Paris toplanan ve imzalanan anlaşmaya rağmen kaynaklara göre henüz tatmin edici bir gelişme ve anlaşmadan bahsedemeyiz. Mesela eski Amerika Başkanı George W. Bush BM ile yapılan ve yıllarca süren tartışmalara ve istişarelere rağmen kesin bir şekilde ülkesini anlaşmanın dışında tutmayı tercih etmiş ve Amerikalı elçiler genellikle tüm dünyadan farklı bir tavır sergilemişlerdir. Yeni yaklaşımlar göstermektedir ki dünyadaki büyük ekonomileri protokolün içerisine dahil etmek lazım çünkü; örneğin özellikle Çin şu anda atmosferde en fazla kirlilik yaratan ülke ve Amerika atmosferdeki en fazla kirlilik yaratan ikinci ülke olduklarından bunların emisyon rakamlarının sınırlandırılmasına tüm dünyanın ihtiyacı vardır. [131]

2.3.4. YEREL-KÜRESEL HÜKÜMET POLİTİKALARI

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez Brunthland Raporu olarak da bilinen ortak geleceğimiz raporunda yer aldı ve 1980'lerin sonlarında kavram yaygın bir şekilde kullanılmaya başlandı. Birleşmiş milletler tarafından hazırlanan raporlarda yaşam ve yönetim biçimlerimiz üzerinde durmamız gerektiğinin altı çizildi. Bunun yanında sürdürülebilir kalkınma için iki şeyin üzerinde durulmuştur: ilki dünyanın karşı karşıya bulunduğu sorunlara çözüm bulmak için tek başına ekonomik büyümenin yeterli olmadığı yani yapılan her uygulamanın ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutlarının olduğunun farkında olunması. Bunlardan herhangi biriyle ilgili yapılan çalışmalarda sadece birinin dikkate alınması bazı hatalara, sürdürülebilir ve yeşil olmayan sonuçlara neden olacaktır. İkincisi, sürdürülebilir kalkınmanın birbirine bağlı olma özelliği stratejilerin eşgüdümü ve iyi kararlar alınması için ister coğrafi olsun ister kurumsal sınırların aşılmasını zorunlu kılmaktadır. Sorunların sadece bir tek devlet kurumu ya da bir tek mahalle gibi belirli alanlarla sınırlı kalması ender

[130]Çevrimiçi, http://www.businessht.com.tr/guncel/haber/1166571-iklim-konferansinda-alinan-bes-onemli-karar, 06 Mayıs 2015.
[131]Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2015/jun/02/everything-you-need-to-know-about-the-paris-climate-summit-and-un-talks, 06 Mayıs 2015.

olup, bunlara akıllı çözümler bulunması için karar alma sürecinde işbirliği yapılması gerekiyor.[132]

Bu konuda lokomotif görevini ise hükümetler üstlenmek durumundadırlar çünkü gelişmiş ülkelerin hemen hemen hepsinde ve gelişmekte olan ülkelerin çoğunda sürdürülebilir geleceğe dönük ve yeşil projeleriniz yoksa seçim kazanma şansınızı zora sokmuşsunuz demektir.[133]Ayrıca dünyanın içinde bulunduğu durum göz önüne alınırsa sağ duyulu her hükümet en azından politikalarını sürdürülebilirlik ve yeşil konusunda yapılan uluslar arası anlaşmalara göre düzenlemek durumunda kalacaktır çünkü geldiğimiz nokta geri dönülemez olan noktaya bir hayli yakındır. Günümüzde dünya global bir köy haline geldiğinden herhangi bir olumsuzluğun herkesi etkilediği geniş kesimler tarafından kabul edilmektedir. Bu yüzden herhangi bir hükümetin icraati herkesi etkileyebilmektedir. Bu sebeple eşgüdümlü hareket yeteneği uluslar arası anlaşmalarca sağlanmaya çalışılmaktadır.

Hükümet politikalarının Sürdürülebilir olması zorunluluğundan bahsederken Hollanda örneğini ele aldığımızda bu ülkenin, küresel ısınma durdurulmadığı takdirde önemli bir kısmının sular altında kalacağı hesaplanmaktadır ve buna çözümü olmayan bir hükümetin Hollanda'da seçilme olasılığı elbette ki az olacaktır. Ülkemizi ele aldığımızda eğer önlem alamazsak kendi kendimize yetmekte olan su kaynakları yakın gelecekte yetmemeye başlayacak ve bu konuda farkındalık sahibi herhangi biri Tarımsal Sürdürülebilirlik ve Su kaynaklarının geleceği hakkında projeleri olan politikalara daha fazla sempatiyle yaklaşacaktır. Görüldüğü üzere Sürdürülebilirlik ve Yeşil konusu hayatımızda daha fazla gündem olmaya aday konular olarak görünmektedir. Bununla ilgili iletişim çalışmalarının ileride Yeşil İletişim Çalışmaları ve Sürdürülebilir İletişim Çalışmaları olarak adlandırılabileceğini öngörebileceğimiz bazı kaynaklarda geçmeye başlamıştır. Spesifik olarak partilerin bu konularda kısıtlı da olsa çalışmaları mevcuttur.

132Çevrimiçi,http://www.oecd.org/insights/sustainabledevelopmentlinkingeconomysocietyenvironment.htm, 06 Mayıs 2015.

133 Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** , Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.56

2.3.4.1 AKP

Ülkemizde halihazırda iktidarda olan Akp hükümeti ülkemizin 64. hükümetidir. Bu hükümetin eylem planında sürdürülebilirlik, çevre ve yeşil konularına geniş bir şekilde yer verilmiş ayrıca partinin ilan ettiği 2023 hedeflerinde sürdürülebilirlikle ilgili politikalarından ve bunu garanti altına alan uluslar arası çevre planlarından bahsedilmiş yükümlülüklerinin farkında oldukları dile getirilmiş ve hedefleri hakkında bilgi verilmiştir.

64. hükümet programında bulunan 'Yaşanabilir Şehirler ve Çevre' isimli bölümün girişinde şu cümlelere yer verilmiştir: "Çevreyi gelecek nesillere karşı bir sorumluluk bilinciyle ele almakta ve bir emanet olarak görmekteyiz. Diğer yandan, dünyada giderek artan oranda nüfusun şehirlerde yaşadığı, zenginliğin ve kültürün şehirlerde geliştiğini dikkate aldığımızda, yaşanabilir şehirler oluşturmak önceliğimizdir."[134]

Bunun yanında programda insan faaliyetlerinin doğal kaynaklar üzerinde yarattığı baskıdan bahsedilmekte koruma ve kullanma dengesi içinde bir politika benimseyeceklerinden bahsetmektedirler. Bunun yanında çevrenin korunmasını nesiller arası hakkaniyeti sağlamak açısından bir zorunluluk olarak gördüklerinden bahsetmektedirler.

Su kalitesinin korunmasının ve kirlenmiş önemli su havzalarının temizlenmesiyle ilgili düşüncelerini açıklamışlar ve programda bunlarla ilgili planlarına ve stratejilerine yer vermişlerdir. [135]

Orman konusunda ise 2023 hedeflerinin arasına da konulan hedef orman alanlarını ülke yüzölçümün %30'una çıkarmak olarak belirlenmiştir.[136]

Partinin resmi internet sayfasında yayınladığı 2023 hedeflerinin arasında ise "Hava Kalitesi Ölçüm ve İzleme İstasyonu Sayısını iki katına çıkarmak, Ülkedeki biyolojik çeşitliliğin tespit edilip korunması için bilimsel altyapı oluşturmak, Sera gazı

---

[134]Çevrimiçi, http://www.basbakanlik.gov.tr/docs/KurumsalHaberler/64.hukumet_programi.pdf S.123,16 Mayıs 2015.
[135] A.g.e.S.127-128
[136] A.g.e.S.131-132

sınırlandırmasına yönelik sektörel politikalara ağırlık vermek, AB standartları kapsamında Ulusal Program'ın Çevre başlığı altındaki taahhütleri yerine getirmek sayılmaktadır. Bunların yanında iklim değişikliği, biyoçeşitlilik, çevre sağlığı ve sürdürülebilir kalkınma konularında AB standartlarının gerçekleştirileceğinden bahsedilmektedir. [137]

Görüldüğü gibi 2016 Türkiye'sindeki bir iktidar partisi Uluslar arası anlaşmalardan doğan yükümlülüklerinden bahsetmiş ve sürdürülebilirlik konusuyla ilgili seçmenlerine mesajlar vermiştir. Bu parti programının sürdürülebilirlikle ilgili olan kısmının seçmen üzerinde etkisini gösteren herhangi bir çalışma bulunmamasına rağmen bu konuya, politika üretenlerin bizim gibi gelişmekte olan ve sosyal bilinci tartışılan bir ülkede bile kayıtsız kalamadığını göstermektedir.

2.3.4.2 CHP

Ülkemizin ikinci büyük siyasi partisi ise "Çağdaş Türkiye İçin Değişim" ismiyle yayınladığı son seçim programında: "Büyüme hedef ve stratejilerinin belirlenmesinde; doğal kaynakların sınırlılığını dikkate alan, 21'nci yüzyılda küresel çevre sorunlarının başında gelen küresel ısınma ve iklim değişikliği, çölleşme, kuraklaşma, erozyon süreçlerini yakın geleceğin evrensel tehdidi olarak algılayan, yaşanabilir ve sürdürülebilir çevreyi mümkün kılan kalkınma ve toplumsal yapıyı oluşturma anlayışının, toplumun her kesimine benimsetilmesine çalışılacaktır" cümleleriyle ifade etmiştir. [138]

Partinin sürdürülebilirlik konusundaki bakış açısında Ekolojik dengeyi gözetmeyen kalkınma çabalarının başarısız olmaya mahkum olduğu inancı işlenmiştir ve çağdaşlığın en önemli unsuru olarak çevreyi koruma ve geliştirmeyi, öncelikli hedef olarak gördüklerini belirtmişlerdir. [139]

Bunun yanında kirlenmenin giderilmesindeki maliyetin korumadan daha fazla olduğundan bahsetmişler ve bunu sağlamaya çalışacaklarını belirtmişlerdir.

---

[137]Çevrimiçi, http://www.akparti.org.tr/site/hedef/2205/yasanabilir-bir-cevre-icin, 10 Temmuz 2015.
[138]Çevrimiçi, http://www.akparti.org.tr/site/hedef/2205/yasanabilir-bir-cevre-icin, 10 Temmuz 2015.
[139]Çevrimiçi, https://www.chp.org.tr/Assets/dosya/chp-program-2015-01-12.pdf S.335-336, 10 Temmuz 2015.

Programda bir diğer önemli hedef: "Türkiye'nin çevresel değerleri tespit edilecek, incelenecek ve yıllık değişimler, sorunlar ve çözümler halkımızın bilgisine sunulacak" denilmiştir.[140]

Türkiye çevre eylem planı uygulayacaktır başlıklı yazıda ise; "Çevre Politikalarının en önemli uygulama aracı olarak sektörel ve alan bazında Türkiye çevre eylem planı ulusal ve uluslar arası yükümlülükler çerçevesinde hazırlanacaktır." ifadeleri yer almıştır.[141]

Kyoto protokolünde de yer alan daha fazla kirletenin daha fazla ödemesi gerektiği düşüncesini CHP programına taşımış görünmektedir. Aynı zamanda onlarda su ve toprak konusuna kayıtsız kalmamışlar bunları korumak için bir dizi eylem planından söz etmektedirler.

Çevre kalkınmanın sürdürülebilir olarak yönetilmesi için siyasi kararlılığı güçlendirmeyi vaat etmişler ve Çevresel Yönetim ve Düzenleme Kurumu adı altında bir kurumun gerekliliğine değinmişlerdir.[142]

Bunlarla beraber uluslar arası dayanışmanın farkında olacaklar ki konuyla ilgili uluslar arası belgelere uyumluluk vaat edilmekte ve uluslararası dayanışmanın önemine değinilmektedir. [143]

AKP ile karşılaştırıldığında spesifik olarak Kyoto Protokolüne ve Yenilenmiş Lizbon anlaşmasına değinmişler ve Küresel ısınmaya karşı eylem planlarından yerel ulusal ve uluslar arası eylem stratejilerinden bahsetmişlerdir.

Burada da görülmektedir ki ülkemizin ikinci büyük partisi kabul edilen siyasi parti konuyu biraz daha ayrıntılı olarak ele almıştır fakat konuyla ilgili bilgisi ve kültürü olmayanların anlaması zor bir dille anlatıldığı gözden kaçmamaktadır.

---

[140] Çevrimiçi, https://www.chp.org.tr/Assets/dosya/chp-program-2015-01-12.pdf S.341-342., 23 Eylül 2015.
[141] A.g.e. S.342
[142] Çevrimiçi, https://www.chp.org.tr/Assets/dosya/chp-program-2015-01-12.pdf S.341-342., 23 Eylül 2015.
[143] A.g.e S.343-344

2.3.4.3. Demokratlar (ABD)

Demokratlar iki dönemdir ABD'yi yöneten parti olarak resmi internet sitelerinde iki dönemdir Sürdürülebilirlik konusuyla ilgili neler yaptıklarını açıklamışlardır.

Demokratlar iklim değişikliğinin etkilerini yavaşlatacaklarına dair söz vermişler, Amerika'nın doğal kaynaklarını, hava ve su kalitesini gelecek jenerasyonlar için artıracaklarını taahhüt etmişlerdir. Ekosistemlerini korumak için Obama yönetiminde yeşil enerji kaynaklarına yatırım yapmaya özen gösterdiklerinden ve daha sürdürülebilir bir Amerika'nın temellerini atıklarından bahsetmektedirler. [144]

Obama yönetiminde Demokratların Sürdürülebilir bir Amerika için yaptıkları icraatleri şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Obama yönetimi altında Ulaştırma ve Çevre Koruma Ajansı yeni yakıt ekonomisi standartları uygulamaya alınmış ve son yıllarda ilk defa gözle görülür bir ekonomi sağlanmıştır.
- Obama Beyaz Saraydaki ofisini devraldığından beri Güneş enerjisinden elde edilen enerji 20 kat rüzgar enerjisinden elde edilen enerji 3 kat artırılmıştır.
- Haziran 2013'te başkan Obama İklim Değişikliğinin etkilerini azaltmak için bir 'İklim Hareket Planı' ortaya koymuştur.
- Başkan Obama ABD'de en fazla Karbon dioksit emisyonuna neden olan Termik santraller için Çevre Koruma Ajansı'na (EPA) bir yönetmelik yaptırmış ve bu yönetmelikle birlikte karbon kaynaklı kirliliğin 2005'ten 2030'a kadar %30 azalması planlanmıştır.[145]
- Kasım 2014'te başkan Obama, gelecek on beş yılda Karbon Kirliliğini düşürmek için Çin'le birlikte çalışacaklarını ve bununla ilgili bir sınırlandırma anlaşması yaptıklarını ilan etmiştir.[146]

---

[144]Çevrimiçi, https://www.democrats.org/issues/environment, 23 Eylül 2015.
[145] Çevrimiçi, https://www.democrats.org/issues/environment, 23 Eylül 2015.
[146] A.g.e.

Demokrat Parti ayrıca on yıllardan beri Amerika'nın üretim ve tüketim şeklinin sürdürülebilir olmadığını belirtmiş ve aynı anda çevreyi koruyup sürdürülebilir çözümler getireceklerini ve ekonomiyi büyüteceklerini taahhüt etmiştir.[147]

Bunu başarabilmek için tüm Amerikan halkının birlikte hareket etmesi gerektiğine değinmişler ve iklim değişikliğine karşı topyekün mücadele etmeleri gerektiğini belirtmişlerdir.[148]

Demokratlar 2012 yılında hazırladıkları parti programında "Sürdürülebilirlik konusuna Kaliteli Yaşam ve Güvenliği Sağlamak" başlığı altında oldukça geniş bir yer ayırmışlardır.

Parti programlarında yeni işler ortaya çıkarırken doğayı koruduklarından emin olacaklarına, doğal mirasın gelecek jenerasyonlara eksiksiz aktarılmasını sağlayacaklarına ve biyolojik canlı hayatını koruyacaklarına dair vaatlerde bulunmuşlardır.

Başkan Obama'nın Sürdürülebilirlikle ilgili icraatlerine kaynaklarda oldukça geniş yer ayrılmış ve demokratların hava, su ve toprak kirliliği ile ilgili adımlar attığını ve atmaya devam edeceğini söylemişlerdir.

Meksika Körfezi felaketine de değinmişler ve Sahil Güvenlik, BP, diğer partiler ve sivil toplumla birlikte Meksika Körfezi'nin temizlenmesi için çalıştıklarından bahsetmişlerdir. Amerika'nın gelecek nesilleri için orman, göller, tarım alanları, nehirler, kıyılar ve sulak alanları koruyacaklarını ve korumakta olduklarını da kaynakta belirmişlerdir.

Programın Sürdürülebilirlikle ilgili bölümünün sonunda rakiplerinin İklim Değişikliği konusunun farkında olmadığından, temiz hava ve su kaynaklarının kazanımlarını Cumhuriyetçilerin Liderinin reddettiğinden ve sağlıklı yaşam alanı oluşturmak istemediğinden bahsetmişlerdir.[149]

---

[147]Çevrimiçi, https://www.democrats.org/issues/environment, 23 Eylül 2015.
[148] A.g.e.
[149] Çevrimiçi, https://www.democrats.org/issues/environment, 23 Eylül 2015.

Gelişmiş Ülkeler kategorisinde yer almasına rağmen şu anda Dünya'daki Karbon kaynaklı kirliliğin en sorumlu ikinci üyesi olan ABD'nin dahi bu konuda elle tutulur bir projesinin olmadığından ve bu konuya sorumsuz yaklaşımlarından dolayı ABD'nin içten ve dıştan birçok kişi ve kaynak tarafından eleştirildiği göze çarpmaktadır.

2.3.4.4. Cumhuriyetçiler (ABD)

Amerika'da son yıllarda yaşanan ve ABD'yi de gözle görülür bir oranda etkileyen iklim değişikliği kaynaklı veya başka nedenlerle yaşanan felaketlere rağmen Cumhuriyetçilerin sürdürülebilirlik kavramına yaklaşımı bir hayli mesafeli görünmektedir.

Bir çalışmaya göre Amerika'da yapılan birçok yeşil davranış çağrısının ortasında, ülkenin Cumhuriyetçi partisi bütün dünyadaki muhafazar partiler içinde iklim değişikliğini reddeden tek parti olarak göze çarpmaktadır.[150]

Norveç'in önde gelen üniversitelerinden Bergen Üniversitesinde Sondre Batstrand tarafından yayınlanan Siyaset ve Politika isimli dergide dünyadaki bütün muhafazakar partilerin iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik konusuna yaklaşımlarıyla ilgili bir çalışma yayınlanmıştır. Batstrand; Amerika, İngiltere, Norveç, İsveç, İspanya, Kanada, Yeni Zelanda, Avustralya ve Almanya gibi ülkelerin muhafazakar partilerini incelemiştir. Bu ülkelerdeki partilerin içinde İklim Değişikliği konusunda önlem almanın veya onu yavaşlatmanın gereksiz olduğunu ve bu konudaki çalışmaların gerçekten kötü olduğunu değerlendiren ve bunların yapılmasını reddeden tek parti olarak çalışmada yerini almıştır.[151]

Chicago Üniversitesinde İstatistik Uzmanı olarak görev yapan Nate Silver partiyle ilgili şöyle bir değerlendirmede bulunmuştur: "25-30 yıl öncesinin en muhafazakar

[150] Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/climate-consensus-97-per-cent/2015/oct/05/the-republican-party-stands-alone-in-climate-denial, 04 Mayıs 2015.
[151] A.g.e.

cumhuriyetçileri bugün partide olsalardı, partinin en liberal üyeleri olurlardı" demiştir.[152]

Son yapılan başkanlık konulu toplantıda, iklim değişikliği ve enerji politikası gündeme geldiğinde eğer tartışmaları dinleme şansınız olsaydı tartıştıkları dünya ile içinde yaşadığımız dünya arasında bir benzerlik olmadığını görürsünüz diyerek Guardian gazetesi partiyi eleştirmiştir. Bunun yanında bu konuya alışılagelmişin dışında yaklaştıklarını ve bahsettikleri enerji kaynağı çözümleriyle iklim değişikliği konusuna kestikleri faturayla gerçek hayattaki realiteden epey uzakta olduklarına dair bir gözlem paylaşmışlardır.[153]

Parti programına baktığımızda şu ifadeler yer almaktadır: "Biz sürdürürülebilir işlerin ve ekonomik büyümenin partisiyiz, bunları çevre, tarım ve Amerikan enerjisi politikalarımızla yapacağız." Kendilerinin ayrıca Amerika'yı büyütenlerin, çiftçilerin, ormancıların, madencilerin ve tarihsel olarak Amerikan ekonomisinin gücünü pompalayan enerjiyi ve madenleri yeryüzüne çıkaran tüm Amerikan vatandaşlarının partisi olarak tanımlamaktadırlar. Aynı zamanda geleneksel olarak koruyucu bir parti olduklarını öne sürerlerken kaynakların akıllıca kullanılmasına dikkat edeceklerini ve geçmiş jenerasyonların bizim ve gelecek jenerasyonlar için feda ettiklerini hep akıllarında tutarak hareket edeceklerini söylemektedirler. [154]

Cumhuriyetçilerin Amerika'yı enerji bağımlılığında kömürü alternatif olarak ele aldıkları görülmektedir. Cumhuriyetçilere göre kömür yüzyıllardır düşük maliyetli enerji sınıfındadır ve özel sektörün yeni yapacağı teknoloji harikası termik santraller çevresel anlamda sorumlu ve efektif olacaklardır denilmektedir. Ayrıca kömürle ilgili kömür ve sıvı ya da kömür ve gaz enerjisiyle bağlantılı gelişmiş teknolojilerle bağlantılı petrol ürünlerini de değerlendirebileceklerinden bahsedilmektedir.[155]

---

[152]Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/climate-consensus-97-per-cent/2015/oct/05/the-republican-party-stands-alone-in-climate-denial,01 Şubat 2016

[153]Çevrimiçi, https://newrepublic.com/article/123210/five-republican-delusions-about-environment ,01 Şubat 2016.

[154]Çevrimiçi, https://www.gop.com/platform/americas-natural-resources/,01 Şubat 2016.

[155] A.g.e.

Programın bir başka bölümünde: ”Şu andaki yönetim kömürle çalışan tesis kuracakları alenen batırmakta tehdit etmektedir. Ülkenin en büyük enerji kaynağı olan kömür ve ondan istihdam sağlanan birçok personele ve yerine geçebilecek aynı düşük maliyetli enerji kaynağı olmamasına rağmen termik santralleri kapatmakta kararlı görünmektedir. Biz Çevre Koruma Ajansının (EFA) kömüre açtığı savaşı durduracağız ve tüm bölgelerde ülkenin kömür rezervlerinin güvenli bir şekilde işlenmesini destekleyeceğiz” cümleleriyle enerji politikalarına değinmişlerdir.[156]

Cumhuriyetçilere göre dünya günden güne daha temiz bir hal alıyor. Ülkenin havasının suyunun 20-30 yıl öncesine göre çok daha temiz olduğundan bahsediyorlar. Kirliliği düşürmek için yapılan çalışmalar, geri dönüşümü destekleme, toplumu bilinçlendirme ve ekolojik bozulmayı durdurma gibi çalışmalar başarılı olmuştur. Ayrıca Cumhuriyetçiler Washington'da bulunan ve iş alanlarını azaltan bazı memurları da dizginleyeceklerini ve çevre koruma yasasını düzenleyerek çevre korumayı temel öncelikler arasına alacaklarını vaat etmektedirler.[157]

2009'dan beri yaptıkları geniş düzenlemelerle Amerikan halkını milyarlarca dolar zarara uğratan ve bu düzenlemeleri halka dayatan çevre koruma ajansının (EPA) dizginleneceğini ve vatandaşların rahat bırakılacağını da eklemişlerdir.[158]

Bunlardan bahsedilirken basın-yayın kuruluşlarının yaptıkları yayınlarda, Sürdürülebilirlik, Yeşil ve çevre konulu toplantılardan sonra yapılan yazılı açıklamalarda hemfikir olunan görüş Cumhuriyetçilerin realist olmadığı ve Dünya gerçeklerini anlamadığı yönündedir.

2.3.4.5.Yeşil Seçmenler ve Vatandaşlar

Ülkemizde son yıllarda çevreye ve yeşile daha fazla özen gösterilmeye başlandığı göze çarpmakta ve duruma çeşitli kaynaklarda dikkat çekilmektedir. Çevreyle ilgili Karadeniz sahil yolu, Gezi parkı, Kazdağları Altın madeni işletmesi ve Artvin Bakır Madeni çalışmalarına karşı bir tepki oluşmuş ve halk bunlara tepkisini gösteri ve

[156]Çevrimiçi, https://www.gop.com/platform/americas-natural-resources/,06 Şubat 2016.
[157] A.g.e.
[158] A.g.e.

protestolarla göstermiştir. Elimizde bu örnekler olmasına rağmen baktığımızda bunun seçmenlerin oy verme kararını ne oranda etkilediği ya da Partiye olumlu olumsuz ne kazandırdığı ile ilgili elimizde yeterli bilgi mevcut değildir.

Fakat Amerika'da bu konuyla ilgili yapılan çalışmaların birçoğuna göre herhangi bir politikacı Yeşil'in ve Sürdürülebilirlik kavramının ya da küresel olarak herkesi ilgilendiren sorunların farkında olmazsa ya da bunlarla herhangi bir işinin olmadığını düşünürse seçilmesinin zor ihtimal olduğu değerlendirilmektedir. Bu konuda yapılan bir çalışma da Bush ve Obama karşılaştırılarak Bush yönetimin iklim değişikliği konusundaki başarısız yaklaşımlarına karşılık Obama'nın bu konudaki başarılı yaklaşımlarının seçimin kazanılmasında anahtar konulardan bir tanesi olduğunun üzerinde durulmaktadır. Bu konuyla ilgili yapılan değerlendirmelerde Obama' nın Yeşil Bina, Yeşil enerji ve daha birçok yeşil projesinin gündemi olumlu olarak meşgul etmesi medyanın Obama'ya yakınlaşmasına neden olmuş ve rakibinden bir adım öne geçmesini sağlamıştır denilmektedir. Bunun yanında Michelle Obama'nın Beyaz saraya taşındıktan sonra organik besinlerini ürettiği bahçesi özellikle çevreciler ve kadın seçmenler arasında oldukça popüler bir konu haline gelmiştir. [159]

Şu anda Dünya'da muhafazakar ya da Liberal herhangi bir Partinin gelişmekte olan bir ülkenin ya da gelişmiş bir ülkenin partisi olsun küresel problemlere kayıtsız kalması 'sürdürülebilirlik' konusundan bihaber olması düşünülememekte ve bununla ilgili kısmen çalışma yapmadığı gösterilen ya da gerçeklikten uzak çalışma yaptığı gerekçesiyle eleştirilen tek parti Amerika'daki Cumhuriyetçilerin yer aldığı partidir. Yeşil tüketimin günden güne arttığı vatandaşların dünya genelinde günden güne daha fazla bilinçlendiği bu konuda vatandaşına kayıtsız kalan siyasi görüşler gerileme yoluna girecek gibi görünmekte ve birçok kaynak bu konuya dikkat çekmektedir.

[159] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.14.

2.4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, YEŞİL KONUSU VE SİYASİ YÖNETİM

Yeşil konusunda hükümetlerin rolünü tanımlamak zordur ve uzun bir süre de bu konuda tartışmalar devam edecektir. Bu konuyla ilgili çevreyi ve tüketiciyi koruma anlamında büyük adımlar atılmış, hepsinden önemlisi sanayinin sebep olduğu kirlilik minimize edilmiştir. Örneğin ABD'de büyük göller havzasında su kalitesi ve bazı kentlerdeki hava kirliliği resmi yönetmelikler ve düzenlemelerle bizzat resmi organlar tarafından minimize edilmiştir. Bu çalışmalara rağmen genel olarak bakıldığında hava ve su kalitesinde giderek azalma göze çarpmaktadır. Birçok yerde doğanın zarar görmesinden kaynaklanan ekonomik krizlerin örnekleri görülmektedir. Resmi düzenlemeler doğanın zarar görmesini tek başına engelleyememekte bizim halihazırdaki tüketimimizin getirdiği zararların önlenmesine yeterli olamamaktadır.[160]

Günümüzde resmi düzenlemelerin amacı bireylerin ya da çevrenin korunmasını sağlamaktır. Bu koruma amacı ister yaşam alanlarına yönelik olsun, ister çalışma alanlarına yönelik olsun isterse de gıdalarımızı ve sağlığımızı korumaya yönelik olsun yapılan resmi düzenlemelerin efektif bir noktada sayılabilmesine ne yazık ki imkan yoktur. Yeşil konusuyla ilgili yeşil düzenlemelerin amacına gelirsek bu çevre-dostu ürün tüketimini desteklemek, sürdürülebilirliği ve sürdürülebilir projeleri, çalışmaları ve davranışları daha ileriye taşımak ve resmi kurumları bu konuda ideal bir yere konumlandırmak olarak tanımlanabilir.[161]

Yeşil ve Sürdürülebilirlik konusu toplumu etkilemesi dolayısıyla henüz yeterli seviyede olmasa da hükümetleri etkilemeye başlamış ve parti programlarında gün geçtikçe daha geniş yer kaplamaya başlamıştır. Bunun için sürdürülebilir kalkınma planları yapılmakta ve devlet bütçelerinde Yeşil'e her geçen gün daha yüksek bütçe

---

[160]Çevrimiçi, http://centerforsustainability.org/resources.php?root=91&category=91, 10 Haziran 2016.
[161]Kenneth B. Malmberg ,**The Role of Government Regulation and Leadership in İncreasing Sustainibility**,Çevrimiçi, http://patimes.org/role-government-regulation-leadership-increasing-sustainability/, 11 Temmuz 2016.

ayırılmaktadır. Bu konuda en fazla bilgiye sahip olduğumuz Amerika'da olup bitenleri Ottman ayrıntılı bir şekilde aktarmıştır.

Ottman'a göre yeşilin güçlü bir ekonomiye aykırı olduğuna inanan bir politikacı artık seçilemeyebilir. Örneğin küresel iklim değişikliği ve diğer birçok çevresel konuya öncülük etmekte başarısız olan Bush yönetiminin aksine, Obama yönetimi; yeşil işleri, yeşil enerji ve yeşil altyapıyı ulusal gündemin odak noktası yaparak hızlıca yeşil kuralları değiştiriyor. (Bp'nin Deep Horizon Kazasından sonra konuyu parlementoya getirmiş ve bu konuyla ilgili yasa teklifinde bulunmuştur). Paket girişim önerilerin ilk çözümleri arasında: 30 milyar dolardan fazla fon içeren 2009 ekonomik teşvik paketinde (2009 Economic Stimulus Package) enerji verimliliği ödenekleri için devlet ve yerel bütçeler, düşük gelirli konutların yalıtımı, birleşik devletlere ait binaların güçlendirilmesi ve modernize edilmesi, elektrik gücü için akıllı şebeke yatırımları, temiz kömür ve çevresel kamulaştırma projeleri üzerinde duruldu. Temmuz 2009'da başlatılan "Eski Arabalar için Nakit Programı" (Cash for Clunkers Program) son derece başarılıydı. Program verimsiz, yüksek emisyonlu arabaları yoldan kaldırmayı ve daha yeni, daha yakıt tasarruflu arabalar satın alınması için çabalayan otomobil endüstrisini desteklemeyi amaçlamıştır. Yeşil işler için özel bir Beyaz Saray ofisi aktif olarak yarının yeşil teknolojileri için tasarlanmış bir iş gücünü eğitmeye, yetiştirmeye ve hazırlamaya çalışmaktadır.[162]

Ağırlıklı olarak doğada sembolik olsa da, Michelle Obama sağlıklı, yerel olarak yetiştirilen meyve ve sebzelerin faydaları hakkında Amerikalıların eğitimine yardımcı olmak için Beyaz Saray'da bir "yavaş yemek" (slow food) bahçesi oluşturdu. Bu bahçe First Lady Obama'nın icraatlarından biri olarak hala konuşuluyor.

Amerikalıların sürdürülebilirlik endişelerine karşılık belediye, eyalet ve federal düzeylerdeki liderler şehir sakinleri için daha yaşanabilir alanlar yaratmak ve şehir içi sıkışıklığını azaltmak için (Örneğin, New York'taki Broadway trafiği kapatılıyor)

---

[162]Kenneth B. Malmberg ,**The Role of Government Regulation and Leadership in İncreasing Sustainibility**,Çevrimiçi, http://patimes.org/role-government-regulation-leadership-increasing-sustainability/, 11 Temmuz 2016.

daha yeşil alanlarla daha sürdürülebilir şehir ve kasaba karakterleri yaratıyor. Bunun için eski demiryolu rayları üzerine bisiklet yolları ve yürüyüş parkurları yapıldı (New York'un yeni yüksek hattı dahil olmak üzere). Hibrit taksiler ve doğal gazlı "temiz hava" otobüsleri zorunlu hale getirildi. Liderler, yerli halk tarafından doğal gübreleme yapılması ve (diğerlerinin yanı sıra San Fransisco), çiftçi pazarları ve toplum destekli tarımı arttırmak için halkı teşvik ediyor.[163]

Yeşil satın alma hakkında ilgili idarelerin bir kaydıyla, hükümetin bütün kademeleri artık dev tüketici ekonomisini daha yeşil bir bölgeye doğru kaydırmak için adım atıyor. Bunun için enerji verimli (Enerji Star), organik (USDA- Abd Tarım bakanlığı- organik) ve su verimli ürünler lehine ekolojik etiket oluşturuyor. Ayrıca bu yazı yazılırken ABD Tarım Bakanlığı (USDA) biyolojik temelli ürünlerin federal satın alması için BioPreferred programına eşlik eden gönüllü tüketici etiketi hazırlıyor. Kaliforniya'nın Senatörü Dianne Feinstein'a göre ABD kendi kurallarıyla oynarsa, yakında bir gün Avrupa'nın "Eco Flower", Japonlar'ın "Ecomark" ve Brezilya'nın "Qualidade Ambiental"'ına benzeyen çok nitelikli bir ekolojik etiketi olacaktır.[164]

Yükselen deniz seviyesinin görüntüsü, hükümet toplantılarında yeşil binaların arttırılması ve onların donatılacağı ürünlerin teşvik edilmesi, şişelenmiş suyun yasaklandığı birçok şehirde kuralları hızlı bir şekilde değiştiriyor. Sera gazı emisyonun azaltılmasını göz önünde tutarak enerji üretimi birçok hükümet binasının artık Çevre Koruma Ajansı (EPA)'nın "Energy Star" bina kurallarına göre veya ABD'nin kabul ettiği Yeşil Bina Komisyonu'nun "Enerji ve Çevre Tasarımında Liderlik" sertifikası standartlarını yerine getirmesine bağlandı[165]

Ülkemize geldiğimizde son seçime göre en fazla seçmene sahip üç partinin yeni seçimler için yaptıkları parti programlarında yeşil konusu ve sürdürülebilirlik ufak bir şekilde de olsa yer almaktadır.

---

[163] Jacquelyn Ottman**, The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** , Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.77
[164] A.g.e. S.77

2.5.KÜRESEL ANLAŞMALAR, SEÇMEN KARARLARI, PAYDAŞ İLETİŞİMİ VE HÜKÜMETLER

Günümüzde çevresel endişeler öyle bir hal almıştır ki seçmeniyle kurduğu iletişimde Yeşil ve Sürdürülebilir bir ekonominin güçlü bir ekonomi oluşmasını engellediği mesajını veren herhangi bir politikacının seçilme şansının çok az olduğundan bahsedilmektedir.

Örneğin ABD'de Bush yönetiminin aksine, Obama yönetimi; yeşil işleri, yeşil enerji ve yeşil altyapı konularını ulusal gündemin bir parçası haline getirerek bu konularla ilgili geleneksel kuralları değiştirmeye başlamışlardır. Bu projeler için Obama yönetimi 30 milyar dolardan fazla ödenek ayırmış ve bu fonun kontrolünü sağlamak için bir beyaz saray ofisi kurmuştur. Obama' ların aldıkları bu kararların etkili kararlar olduğu aldıkları iki seçim başarısıyla göze çarpmaktadır.[166]

Bunun yanında ticari kurumlar açısından bakıldığında yapılan anketler tüketicilerin yeşil ürünler için daha fazla ücret ödemeye gönüllü olduklarını göstermektedir. Bu yüzden aynı hükümetler de olduğu gibi işletmeler de paydaşların yeni beklentilerini karşılayabildiği, aşabildiği ve bunu iletişim çalışmalarıyla aktarabildiği ölçüde başarılı olacaktır ve ürünlerinin imajına ve fiyatlara müdahale yeteneği artış gösterecektir.[167]

Yapılan bilimsel çalışmalara göre çevresel problemlerin önümüzdeki yıllarda daha da kötüye gideceği beklentisi hakimdir. Bu bilimsel çalışmaların farkında olan halk, paydaşlar ve seçmen kitlesi de bunlara çözüm bulunmasını beklemektedirler fakat bu küresel düzeyde problem oluşturan Küresel Isınma, Kirlilik ve türlerin neslinin tehlikeye düşmesi gibi problemlerin uluslararası işbirliği ve anlaşmalarla aşılacağı konusunda görüş birliği vardır. Bunun farkında olan insanlar hem yerel hem de

---

[166]Ayşe Bahar Hurmi, **Bush ve Obama Karşılaştırması Çerçevesinde Amerikan Dış Politika Analizi**, Çevrimiçi, http://alternatifpolitika.com/makale/bush-ve-obama-karsilastirmasi-cercevesinde-amerikan-dis-politika-analizi, 23Ekim 2016

[167] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.34

küresel düzeyde çözüm beklerken bireysel olarak kendi önlemlerini almaya çalışmaktadırlar.

2.6. GELİŞEN YEŞİL ANLAYIŞ VE YENİ KAVRAMLAR

Çevreye en az zararı verecek şekilde ya da hiç zarar vermeden gerçekleştirilecek bir büyüme sürdürülebilir büyüme olarak adlandırılmaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıktığından beri süregelen zamanda bazı yeni terimler ortaya çıkmış veya var olan terimlere yeni anlam ve sorumluluklar yüklenmiştir.

Sürdürülebilirlik ve Yeşil Anlayış durağan olgular değillerdir. Bu yüzden her gün değişmekte ve gelişmektedirler ve doğal olarak bu değişim ve gelişimle birlikte litaratüre yeni kavram, tanım ve kelimeler girmektedir. Bu terimler: Yeşil İletişim, Yeşil Halkla İlişkiler, Yeşil Sosyal Sorumluluk, Yeşil İmaj, Yeşil İtibar, Yeşil Marka, Yeşil Reklam, Yeşil Kişisel Satış, Yeşil Satış Geliştirme, Yeşil Beyin Yıkama, Yeşil Doğrudan Pazarlama, Yeşil Ambalaj/Tasarım, Yeşil Etiketleme, Yeşil pazarlama karması, Yeşil Davranış, Yeşil Sponsorluk, Yeşil Ürün, Yeşil Ürün Eğilimi, Yeşil Ürün Planlama, Yeşil Fiyat, Yeşil Tutundurma, Yeşil Dağıtım, Yeşil Ergonomi gibi kavramlardır.

2.6.1.Yeşil İletişim

"İletişim, kişiler, gruplar ve örgütler arasında karşılıklı mesaj (düşünce, bilgi, haber) değiş tokuş süreci olarak tanımlanabilir."[168]

Antropolojik incelemeler, tüm toplumun gerekli simge (iletişim) sistemlerini, kendi hayatlarına göre geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Yaşamını avcılık ve toplayıcılıkla sürdürenler ile sanayi toplumları farklı sistemlere sahiptirler. Bununla birlikte, hepsinde ortak olan, insanlar arası ilişkilerin kurulup sürdürülebilmesi için gerekli ve

[168]Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 133

yeterli sistemlerin bulunmasıdır. Başkalarıyla ilişki kurmak, insanlık için vazgeçilmez bir gereksinimdir.[169]

Yeşil İletişimle birlikte kaynaklarda 'kurumsal çevrecilik' kavramının sıkça geçtiği görülmektedir. Kurumsal çevrecilikten biraz bahsetmemiz gerekirse;

"Kurumsal çevrecilik Banerjee, Iyer ve Kashyap (2003) tarafından önerilen bir kavramdır ve bir kurumun yöneticilerinin çevresel olayların kurumları üzerinde ne kadar büyük etkileri olduğunu anlaması ve bu yönde kurumun stratejik planlarında değişiklik yapılmasını anlatmaktadır."[170]

"Konu çevreci olunca iletişim kavramı daha derin bir boyut kazanır. Çünkü nihayetinde hedef çevreci kullanıcılara yani dünyanın sürdürülebilirliği konusunda hassas davranan insanlara doğru ve net bilgiler vererek ulaşmaktır. Çevre bilgilerinin ne oranda paylaşılması gerektiği de yeşil iletişimin yanıt bulmaya çalıştığı sorular arasındadır." [171] Yeşil iletişim demek iletişim araçlarının sürdürülebilirlik konusunda yaptığı bütün iletişim çalışmalarına verilen isimdir.

2.6.1.1. Yeşil Halkla İlişkiler

Yeşil iletişim ve pazarlamanın en önemli desteği Halkla ilişkilerdir. "Özünde işletmenin kurumsal imajını güçlü kılmaya çalışan halkla ilişkiler faaliyetleri, basın toplantıları düzenleyerek ya da çıkan eleştirileri dikkate alarak, eğiterek konferanslar düzenleyerek yeşil ürünün ya da yeşil işletmenin tanıtımında çok önemli yer tutar."[172]

İşletmenin atıklarını geri dönüştürmesi, doğaya zarar vermemesi, ürünlerinin doğallığı gibi kavramları halkla ilişkiler çalışmaları ön plana çıkarmaktadır.

Örneğin Mc Donalds işletmesinin etrafındaki çöpler kamuoyundan tepkiler alınca etrafına çöp toplayıcılar yerleştirmesi Body Shop'ın tüm ürünlerini yeşil pazarlama

---

[169] Merih Zıllıoğlu, **İletişim Nedir?,** İstanbul: Cem Yayınevi, 2007, s. 25.
[170] A.g.e.
[171] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 42
[172] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.97.

stratejileriyle desteklemesi bu şekilde imaj oluşturulması da halkla ilişkiler departmanının yeşil halkla ilişkiler çalışmalarına örnek oluşturmaktadır.[173]

Bu örneklerin yanında Yeşil Şehir, Yeşil Bina, Sürdürülebilir Yaşam Alanı gibi faaliyetler eğer uzun vadede imaj amaçlı veya kar amaçlı yapılmaktaysa yeşil halkla ilişkiler çalışmalarına örnek gösterilebilir.

2.6.1.2. Yeşil Sosyal Sorumluluk

Klasik sosyal sorumluluk görüşünün savunucularına göre; "İşletmelerin kar elde etmekten başka herhangi bir sorumluluğu yoktur. Bu görüşün en önemli savunucusu Milton Friedman'dır. Friedman'a göre iş dünyası kar elde etme fonksiyonunda toplumsal açıdan sorumludur ve iş yararına gerçekleştirilecek fedakarca davranışları, işin fonksiyonunun ve tamamen ekonomik olan yükümlülüklerin bir dayatması olarak görülür."[174]

Firmaların sorumsuz hareketlerinden kaynaklanan birçok insani ve çevresel sorumsuzluk örneği kayıtlara geçmiş ve firmalara büyük zararlar getirmiştir. Klasik sosyal sorumluluk anlayışına gelince; elbette ki bu anlayışın günümüzde kullanımı bahsettiğimiz çevre felaketlerinden ve diğer başka nedenlerden dolayı çok zordur çünkü sizin sorumluluklarınızdan kaçarak elde ettiğinizi zannettiğiniz kar, firmanızın birkaç gün içinde tarihe karışmasına neden olabilir.

"İşletmelerin kendi çıkarları yanında, varlığını borçlu olduğu toplumun genel çıkarlarını da gözetmesi, toplumsal sorunlara duyarlılığını kanıtlamak amacıyla gerçekleştirdiği hayırseverlik, sponsorluk gibi faaliyetlerle, işletmelerin toplumsal sorumluluklarını görünür kılma biçimi olarak tanımlanır."[175]

Adam Smith'in maksimum kar anlayışı da popüleritesini kaybettiği ve yerini topluma sorumlu davranılması anlayışına bıraktığı, pazarlama kitaplarında ve bununla ilgili kaynaklarda dile getirilmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının

---

[173] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 42

[174] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.97.

[175] Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları,8. Baskı, İstanbul, 2012, S.188

hayatımıza girmesinin sebeplerini insanların sürdürülebilirlikle ilgili endişelerinin oluşmasına ve bu konuya daha fazla eğilmelerini çevresel felaketlerin yaşanmasından sonraki dönemde açıkça görebilmekteyiz.

Günümüzün müşteri odaklı pazarlama anlayışında, müşteri tatmini ve memnuniyeti sağlanarak başarılı olunacağı, dolayısıyla kar sağlanabileceği bilincine ulaşabilen ticari işletmeler, sosyal sorumluluklarını temel amaçlarına dahil etmek ve bir anlamda kar amacı gütmeyen kurumlar gibi davranmak zorunda kalmıştır. [176]

Yeni nesil ekonomi kitaplarında yeni dünya düzeni, demokrasi, insan hakları, Pazar ekonomisi ve daha da önemlisi çevre sorumluluğunun inşa edilmesi üzerine kurulmaktadır. Çevre, ekolojik düşünce, ekonomi, sanayi ve siyasetten kültüre kadar yaşamın her alanında egemen olmakta ve çevre sağlığı bir lüks değil sağlıklı bir ekonominin uzantısı olarak kabul edilmektedir.

Eski ekonomiden yeni ekonomiye geçiş dönemi olarak nitelenen 1980'lerin ortasında, TQM ISO 9000 kalite güvence sisteminin ortaya çıkması, işletmelerin çevre, sosyal ve etiksel performanslarına önem verilmeye başlanması gibi gelişmelere paralel olarak yeni ekonominin en belirgin özelliklerinden biri olan Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramı ortaya çıkmıştır. [177]

İşletmelerin topluma yalnızca finansal katkıda bulunmaktan öteye gidip, çevre, eğitim gibi konularla ilgili katkıda bulunması talep edilmektedir. Uluslar arası İş Liderleri Forumu'nun yapmış olduğu bir ankete göre, 750 işletmenin üst düzey yöneticileri, sosyal paydaş gruplarının baskılarının artmasını 2000 yılı içerisinde yaşadıkları en önemli ikinci zorluk olarak ifade etmişlerdir. Vizyonu olan, çevre ve sosyal konulara yatırım yapan işletmeler için kurumsal sosyal sorumluluk büyük önem taşımaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk, iş dünyası tarafından, hızla küreselleşen ekonomide rekabet avantajı yakalamanın, yabancı yatırımcıyı çekmenin bir yolu olarak görülmektedir. Başarılı işletmeler, yalnızca ürün ve hizmetleriyle

---

[176] Mustafa Doğaner, **"Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Pazarlama Anlayışı**", Pazarlama Dünyası Dergisi, Mart/Nisan 2004, s. 36.
[177] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 42

değil, aynı zamanda topluma yaptıkları katkılarla da fark yaratmakta ve toplumsal saygınlık kazanarak kurumlarının değerini arttırmaktadırlar. Sonuç olarak, yeni ekonomik düzende, çevre ve sosyal konulara yapılan yatırımlar sonucunda işletmelerin yanı sıra toplum da kazananlar hanesinde görülmektedir.[178]

2.6.1.3. Yeşil İmaj

İmaj, belli bir görüş objesi ile bağlantılı olan tüm tutum, bilgi, tecrübe, istek ve duyguların bütünlüğü olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre ise imaj, kişilerin obje, kurum veya başka bir kişi hakkındaki düşünceleridir.

Peltekoğlu imaj kavramını, "bir kurum için fiziksel görüntü, kurumsal iletişim ve kurumsal davranışı, kişi için ise, dış görünüm, beden dili, seçilen sözcükler, içinde bulunulan ortam ve davranış biçimine kadar geniş bir yelpazeyi içermesi olarak açıklamıştır."[179]

Yeşil imaj çizmek isteyen şirketler tarafından ilk benimsenen reklam mecrası olmuştur. Fakat her ne kadar reklamlar tüketiciye ulaşmada önem arz etse de, bazı noktalarda tüketicilerin güvenilirliklerini kaybetmektedirler. "Bu nedenle kurumların yeşil bakış açısını benimseyerek kurumsal kültür haline getirmeleri ve üretim felsefesini buna dayandırmaları fikri gelişmiştir. Artık yeşil pazarlamada gelinen nokta böyle bir anlayışı benimsemektir".[180]

Pek çok sektör tarafından kabul edilen toplumsal bilince ve sosyal sorumluluğa sahip olma davranışının, kurumun imajına olumlu katkısı büyüktür. Yeşil markalar da, bu fırsatı değerlendirme yollarına gitmektedirler.[181]

2.6.1.4. Yeşil İtibar

Yeşil itibarın kısaca itibarımızın ne derece doğaya saygılı çağrışımı yaptığından hareketle ortaya çıktığı kaynaklarda geçmektedir. "Bir işletmenin ekonomik

---

[178] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 42
[179] Filiz Balta Peltekoğlu, **Halkla İlişkiler Nedir?,** İstanbul: Beta Yayınları, 2007, s. 566.
[180] Pınar Özhan, **İletişim Boyutuyla Yeşil Pazarlama ve Bir Kampanya Analizi**, İstanbul 2009, S.35
[181] A.g.e. S.35

işlevlerini yerine getirerek, tüketicilerin taleplerini karşılaması, o işletmeye itibar kazandıracaktır. Bunun yanında işletmenin toplumun ahlak kurallarına uyması, sosyo-kültürel çevre için yardım ve destek sağlaması işletmenin toplumda kabul görmesini sağlayacaktır. Bu durum da işletmelerin süreklilikleri için son derece önemlidir."[182]

İşletmeler, pazar içinde yer bulabilmek için, farkındalık oluşturabilmek ve müşterilerinin zihninde olumlu bir imaj yaratmak gerektiğinin bilincinde olarak hareket etmektedirler. Pazarlama stratejileri de bu şekilde yön bulmaktadır. Yeşil pazarlamayla ilgili çalışmaların artmış olması da bunun bir sonucudur. Çevreci bir itibara sahip olmak, özellikle çevre duyarlılığının arttığı bu dönemde, bir kurumun sahip olabileceği önemli değerlerden biridir.[183]

Okay'a göre itibar, kurum kimliğinin ve kurumsal imajın birleşiminden oluşur. Kurumsal kimlik kurumların görsel unsurlarından, karakterlerine, benimsedikleri değerlerden, çalışanların müşteriyle iletişime geçme şekillerine kadar pek çok etkenin etkisi altındadır.

Üretim şartları, çocuk hakları, çevre duyarlılığı gibi konular da tüketicilerin yükselen yeni değerleri olmuştur. Günümüzde- özellikle gençler arasında- bir ürünün nerede, hangi koşullarda ve nasıl bir hammadde ile üretildiği gibi meseleler önem taşıyabilmekte, o ürünün tercih edilip edilmemesinde etkili olabilmektedir.[184]

İtibar aynı zamanda, işletmelerin kendi iş alanları dışında kalan, sosyal konularla daha çok ilgilenmelerine sebep olmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, işletmelerin sadece kazanacakları itibarı düşünmemesi gerektiğidir. İtibar elde etmek işin sonucu olmalıdır.[185]

---

[182] A.g.e. S.35
[183] A.g.e. S.35
[184] Pınar Özhan, **İletişim Boyutuyla Yeşil Pazarlama ve Bir Kampanya Analizi**, İstanbul 2009, S.35
[185] A.g.e. S.38

2.6.1.5. Yeşil Sponsorluk

Spor ve sanat gibi faaliyetlerin işletmeler tarafından desteklenmesi, paydaşlarda olumlu duyguların oluşmasını sağlamaktadır. Sponsorluk; nakit ya da başka türden bir yatırımın görünebilir bir ticari potansiyelle bağdaştırılabilecek bir faaliyete erişebilmek için söz konusu faaliyete yatırılmasıdır. Tüketiciler kendilerinin favori olaylarını destekleyenlere karşı en azından minnettarlık duygusu taşır. Bu minnettarlığın gerçek bir bağ mı yoksa duygusal bir bağ mı olduğunu söylemek zordur.[186]

Sponsorluk faaliyetleri çok çeşitli alanlarda gerçekleştirilmektedir. "Genel olarak sponsorluk faaliyetlerini beş temel başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar; spor faaliyetlerine sponsorluk, kültürel faaliyetlere yönelik sponsorluk, sosyal sponsorluk, bilimsel faaliyetlere ve projelere yönelik sponsorluk ve çevreye yönelik sponsorluk faaliyetleridir. Son yıllarda doğanın giderek tahrip edilmesi, çevre kirliliğinin artması nedeniyle çevre sponsorluğu gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Çevre sponsorluğunda çevre koruma dernekleri desteklenmekte, vatandaşların bilgilendirilmesine çalışılmakta, çevre konusunda toplantılar düzenlenmekte ve yerel tedbirler alınmasına katkıda bulunulmaktadır. Giderek yaygınlaşan çevre sponsorluğu, işletmelerin doğaya karşı olan sorumluluklarına yerine getirmelerini sağlamaktadır." [187]

İşletmelerden özellikle petrol, kimya ve nükleer alanlarda aktif olan işletmelerin bu tür konulara çok hassas yaklaşmaları gerekmektedir. Çünkü genel olarak bu endüstrilerin sürdürülebilir yaşamı, sürdürülebilir üretimi ve sürdürülebilir tüketimi az ya da çok baltaladıkları düşünülmektedir. İşte özellikle bu firmalar için çevresel sponsorluklar kendilerine yönelik kötü algıyı değiştirmek için fırsat sunmaktadır. Fakat Polansky'nin de dediği gibi bu tek başına yeterli olmayacak genel bir yeşil stratejiye entegre edilmesi gerekecektir.

---

[186] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, S.144-145

[187] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.155

2.6.2. Yeşil Marka

Yeşil Marka, literatürde sıklıkla sürdürülebilir marka olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde bilinçli tüketiciler sadece karlılığı ve markasını düşünen markalar değil aynı zamanda sürdürülebilirlik alanında sorumluluk üstlenen, sürdürülebilir bir dünya için sorumluluğunu bilen markalar istemektedirler.

Geçmişte bir markanın değerlendirilme kriteri tüketicilerin markayı nasıl gördüğü ve markayla bağlantı kurup kurmadığıydı. Bu kriter bugün her zaman olduğundan daha doğru bir yaklaşım. Bir marka 'iyi marka' olarak bilinmek istiyorsa hem tüketicilerin aklında bir anlamı olmalı hem de 'yeşil' olmalı çünkü bugünlerde insanların zihinlerini meşgul eden en önemli konulardan bir tanesi de sürdürülebilirlik konusu.[188]

J.R. Watkins'e göre marka, ''bir sembol, tasarım, şekil, isim vb. gibi markayı diğerlerinden ayıran tüm öğelerdir'' Amerikan Pazarlama Ajansına göre marka ise; ''Ürünleri satışa sunulan kişilerin söz konusu bu ürünleri tanımlamak ve piyasadaki diğer emsallerinden ayırabilmek için kullandıkları logo, isim, sembol gibi öğeler veya bunların tümüdür.''[189]

Forbes dergisinde yer alan bir cümlede yeşil marka dendiğinde 'ahlaklı, etik, fiziksel ve ruhsal olarak iyi etki bırakan ve inkar edilemez derecede güvenilir bir yeşil ve çevreci' gibi tanımlamalardan bahsedilmektedir. [190]

Günümüzdeki şartlara baktığımızda tüketici artık toplumu ve çevreyi daha çok düşünmesi gerektiğini bilmektedir ki zaten markaların stratejilerini yöneten de tüketicilerin beklentileridir.[191]

---

[188]Tina Ly, **Anlam İfade Eden Yeşil Markalar Hangileri,** Çevrimiçi, http://www.campaigntr.com/2013/07/02/46625/anlam-ifade-eden-yesil-markalar-hangileri/, 16 Aralık 2015.

[189] Işıl Karpat Aktuğlu, Marka Yönetimi: **Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004, s. 12.

[190] Robert Passikoff, **Top 50 Green Brands**, Çevrimiçi,http://www.forbes.com/sites/robertpassikoff/2015/04/22/americas-best-50-green-brands-earth-day-2015/ 28 Aralık 2015.

Markaların toplumsal sosyal sorumluluğunun, sürdürülebilirliğin ikinci aşaması olduğu birçok araştırmada görülmektedir. Tüketici topluma karşı sorumlu olan markaları daha çok tercih etmekte ve bu tüketicilerin marka bağlılığı daha yüksek olmaktadır. [192]

İnterbrand firmasının 2013 yılında yaptığı araştırmaya göre en yeşil ilk on marka ilginç bir şekilde dünyanın en değerli markalarıyla da hemen hemen örtüşmektedir. En yeşil on firma şu şekildedir:

1. Apple
2. Google
3. Coco Cola
4. IBM
5. Microsoft
6. General Motors
7. Mc. Donalds
8. Samsung
9. İntel
10. Toyota

2.6.3. Yeşil Reklam

Pazarlama mesajı işletmenin üretim, dağıtım, paketleme, geri dönüşüm ya da imha etme politikalarının tümünden bahsetmelidir. Ürünün mesajı özel olmalıdır ve evrensel tüketici sorunlarına hitap etmelidir. Reklamcılıkta cevaplanması gereken sıradan tüketici soruları şunlardır: Ne kadar enerji tasarruf edildi? Ne kadar su tüketildi? Geri dönüşüm paketi kullanıldı mı? Halkı işletmenin çevreyle ilgili sorumluluklarına ikna etme hususunda ortaya çıkan ikilem, tüketicinin satın aldığı ürünün kaynak, enerji ve atık yönünden çevreciliğe aykırı olmasıdır. Bu bağlamda, bir ürünü bir diğerinden daha çevreci yapan nedir? Ürünlerin reklamı için kullanılan yollar, tüm pazarlama mesajının bir parçasıdır. Ambalajlama bile kendine özgü bir

---

[191] Semra Sevinç, **Sürdürülebilir Marka Nedir?**, Çevrimiçi, http://www.halklailiskiler.com/surdurulebilir-marka-nedir.html, 21 Kasım 2015.
[192] A.g.e.

mesaj taşır. Yeşil pazarlamada reklamcılık, sadece işveren ya da denetleyiciler tarafından değil tüketiciler tarafından da dikkatlice incelenmektedir. Yalan ya da yanıltıcı reklamcılık bir işletmenin tüm yeşil stratejisini yerle bir edebilir. Bir işletme sadece dürüst ve açık sözlü reklamcılığı kullanmalı, vaat ettiği şeyleri de verebilmelidir.[193]

Yeşil konusunun ilk ön plana çıkmaya başladığı zamanlarda tavsiye edildiği gibi Yeşille ilgili özellikleri tanıtımlarına ekleyen iletişimciler bunun yalnız başına etkisinin az olduğunun farkına vardıktan sonra az da olsa vurgu yaptıkları geleneksel yeşil özelliklerine ekolojik çekiciliği olan daha başka çeşitli özellikler de eklemeye başladılar. Fakat şu konu tartışmalıdır: "çevreci sponsorluklar ve sonuç odaklı değil de sebep ve süreç odaklı pazarlama programlarının pazarlama başarısında etkili olduğu konusu." Çünkü özellikle bu programların ve aktivitelerin, ürünlerin ve firmaların temel pazarlama aktiviteleriyle koordine bir şekilde yapılmadığında başarı beklenmesi çok mantıklı bir beklenti olmayacaktır.[194]

Bütün kitle iletişim alanlarında akışın ve verinin her zaman bir parçası olan reklamlar, toplumun büyük bir bölümünü kültürel, sosyal ve psikolojik açılardan olumlu veya olumsuz yönde etkileme gücünü bünyesinde bulundurmaktadır. Bu etki alanının genişliği reklama bir nebze de olsa sorumluluk yüklemektedir. Toplumun parçası olan insanlar çeşitli çevresel etkiler ile bilgilendirilmek, geleneksel normlara göre düşünüp davranarak yaşadıkları toplumdan ayrı düşmemek, onunla çatışmamak, sevilmek, sayılmak ve doğru bir şekilde sosyalleşmek isterler. Bu, reklamın sosyal olarak da bir nebze olsun sorumlu olduğunu göstermektedir. Kişilerin doğru olanı benimsemeleri ve gerçekleştirmelerini sağlayacak doğrultuda onları eğitmek, reklamın çekirdek toplumsal görevini oluşturmaktadır.

---

[193] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, s. 108

194 Michael Jay Polonsky and Philip J. Rosenberger, **Reevalutaing Green Marketing: A Strategic Approach,** Business Horizons 2011, S.24

2.6.4. Yeşil Kişisel Satış

Potansiyel bir müşteriyle görüşmek onun ihtiyaçlarıyla ilgili konuşmak, tartışmak üründe nasıl yararlanılacağını açıklamak reklam, halkla ilişkiler ya da satış tutundurmadan daha fazla iş hacmi yaratmaya yakın olmak demektir. Satışçılık işletmedeki en pahalı tutundurma aracı olma özelliğini taşır. Özellikle, müşterinin tavsiyeye ihtiyacı olduğu elektrikli ürünler ya da ayakkabı mağazalarında bu durum daha fazla geçerlidir. Bu örneklerdeki gibi perakendeciler çok önemli zaman ve çabayı, satış elemanlarının hem ürünün teknik yönleri hemd e satış konularında gelişimlerine ayırabilirler. Satış öğrenilebilen bir olgu olmasına karşın burada yetenek de söz konusudur. Tüketicilerle birebir iletişim içerisinde olan satış elemanının, şimdi ve gelecekteki çevreci konularla ilgili sorulara doğru ve tatmin edici cevaplar vermesi gerekir. Bu konular şunlar olabilir:[195]

- "İşletme ve pazarlama düzeyinde oluşturulmuş sürdürülebilir ve çevreci strateji."[196]
- "Ürünlerin çevreyle etkileşimindeki çevreci performansı."[197]
- "İşletmenin belirli dönemlerinde süreç, politika ve uygulamalarının çevreci performansı ki bu biraz da kriz dönemlerine atıfta bulunmaktadır."[198]
- "Nihai tüketicilerin, çevreci ürün taleplerinin olup olmadığı ve tüketicileri ilgilendiren çevre konularında bilgilendirme yapılmalıdır."[199]

2.6.5. Yeşil Davranış

Kurallar değişiyor ve bununla birlikte alışveriş listeleri de değişiyor. Şimdi alışveriş yapanların büyük çoğunluğu (%84) daha çok yeşil ürünler satın alıyorlar, lif ya da elyaf gibi doğal ürünlerden yapılan giysi piyasalarının daha da büyümesini sağlıyorlar.

---

[195] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, S.59
[196] A.g.e.
[197] A.g.e.
[198] A.g.e.
[199] A.g.e.

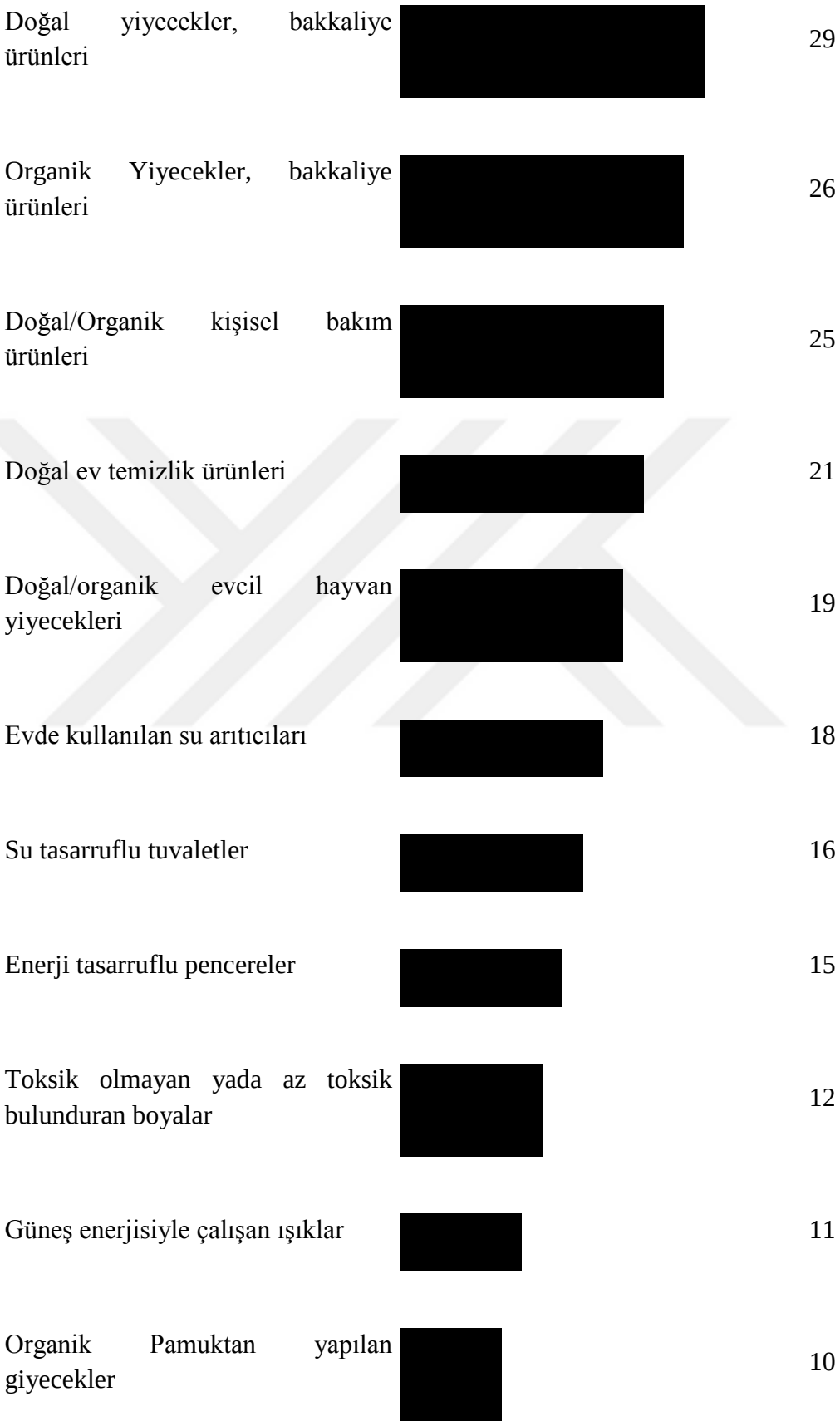
Bu çoğunluk, insan sağlığı, evcil hayvan bakımı ve doğal temizlik için doğal ürünleri ve konsantre deterjanları, boya alırlarken içinde düşük miktarda zararlı ve uçucu madde barındıranları, gübrenin ve böcek ilaçlarının biyolojik olanlarını tercih ediyorlar. Yerel hizmet kurumları tarafından yapılan yoğun tanıtımlar, 2007'deki Wal-Mart'ın kitlesel kampanyaları çevresel bilincin gelişmesine ve harcamaların yeşil ürünler eksenine kaymasına yardımcı olmuştur. Florosan lambalar listelerin üst sıralarına tırmandıktan sonra bunu enerji tasarruflu elektronik ürünler, organik gıdalar ve doğal temizlik ürünleri takip etmiştir.[200]

Jacquelin Otmann'ın aktardığına göre Amerikan vatandaşlarının 2013 yılı itibariyle son 12 ay, 6 ay ya da 3 ay içindeki yeşil satın alma davranışları aşağıdaki gibidir:

Tablo 3: Yeşil Ürün satın alma davranışları

	GENEL NÜFUS %
Herhangi bir çevresel davranışta bulunan	84
Düşük miktarda elektrik tüketen aydınlatıcılar	51
Enerji tasarruflu elektronik araçlar	34
Tekrar şarj edilebilir bataryalar, piller	33

[200] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.35-36


Doğal yiyecekler, bakkaliye ürünleri
29
Organik Yiyecekler, bakkaliye ürünleri
26
Doğal/Organik kişisel bakım ürünleri
25
Doğal ev temizlik ürünleri
21
Doğal/organik evcil hayvan yiyecekleri
19
Evde kullanılan su arıtıcıları
18
Su tasarruflu tuvaletler
16
Enerji tasarruflu pencereler
15
Toksik olmayan yada az toksik bulunduran boyalar
12
Güneş enerjisiyle çalışan ışıklar
11
Organik Pamuktan yapılan giyecekler
10

Çevre dostu çim ve bahçeler		9
Hibrit taşıtlar		3
Sürdürülebilen maddelerden yapılmış mobilyalar		2
Çevre dostu halılar		2
Ev için güneş panelleri		1

Yetişkin amerikan vatandaşları, düzenli olarak yaptıkları (günlük,haftalık,aylık) davranışları belirttiler:[201]

Tablo 4: En Fazla yapılan çevreci tüketici davranışları

		2009 %	2006*2009 %
Işıkları kapatarak enerji tasarrufu		95	Sabit
Gerekli değilken elektrikli cihazları kapatmak		90	- 1%

[201] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.37-38

Su tasarrufu		85	+ 2%
Herşeyi geridönüşüme kazandırmak ya da daha çok plastik ürünleri, şişeler vb.		65	+ 9%
Herşeyi geridönüşüme kazandırmak ya da daha çok kağıt ürünleri örneğin gazete vb.		61	+ 3%
Alışverişe giderken kendi alışveriş çantanı götürmek		48	+ 30%
Uygulamalarından hoşlanılmayan bir markayı ya da şirketi boykot etmek		46	+ 17%
Ulaşımda taşıt kullanmak yerine yürümek veya bisiklet kullanmak		31	+ 5%
Mutfak ve bahçe atıkları organik gübre olarak kullanmak		27	+ 2%
Ortak,paylaşımlı otomobil kullanmak		23	+ 8%
Toplu taşıma kullanmak (otobüs, Tren vb.)		17	+ 4%

Görüldüğü gibi bu davranışların çoğu basittir ve gene birçoğu edinildiğinde hiç çaba gerektirmeden yapılabilecek davranışlardır. Bu davranışların bazıları özellikle su tasarrufu, dönem dönem özellikle yaz aylarında büyük şehirlerimizin susuz kalacağı uyarıları yapıldığında popüler olmakta fakat diğer aylarda bu davranışın pek popüler olduğu söylenemez.

2.6.6. Yeşil Etiketler

Eko etiketleme diğer muadil ürünlerle karşılaştırıldığında: "Diğer ürünlere göre çevreye daha az zararlı olduğu kabul edilen ürünlere verilen bir ayrıcalık bir ödül niteliği taşımaktadır. Eko etiketleme ile tüketicilerin sağlık ve çevreye olan duyarlılığını arttırmak ve bu yönde zararlı olmayan ürünleri tercih etmelerini sağlamak etiketlemenin temel amacıdır. Çevresel etiketleme üç başlık altında incelenebilir: -Eko-Etiketleme (Yaşam Döngüsü Etiketleri): Ürünün hayat döngüsünün analizinde kullanılan etiketler en geniş şekilde eko etiket olarak adlandırılır. Bu analiz genellikle beşikten – mezara analizi olarak değerlendirilir. Etiketin analizinin üretimin bütün yönlerini gösterdiği varsayılır, ürünün kullanılıp atılması çevreye mümkün olan en az zararı vermesi açısından belli bir düzen ile yapılır."[202]

"Ürünlerinin çevre dostu özelliklerini toplum önünde belgelemek isteyen işletmeler, bunu ''eko-etiket'' programları aracılığıyla gerçekleştirmekte ve bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadır. Eko- etiketlemenin amacı temel olarak, tüketicileri piyasadaki hangi ürünlerin çevreye daha az zarar verdiği konusunda bilinçlendirmek ve bilgilendirmektir. Bunun yanında çevreye uygun ürünlerin hem farklılaştırılması hem de belirli bir standarda eriştirilmesi amacıyla Uluslar arası standardizasyon Örgütü (ISO) ISO 14000 belgeler dizisini uygulamaya koymuştur. Bu belgelere sahip ürünler, tüketiciler tarafından çevreye duyarlı ürünler olarak bilinmektedir."[203]

---

[202] Selda Başaran Alagöz, **Yeşil Pazarlama ve eko etiketleme**, Akademik Bakış e-dergisi, Sayı:11, Ocak 2007,(Çevrimiçi), http://www.akademikbakis.org/eskisite/sayi11/makale/seldabasaran.pdf, 03 Nisan 2016.

[203] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.156

"Eko-etiketleme, bir ürünün üretiminin her aşamasında geçirdiği ekolojik gelişimi ile ilgili (yani bir hayat döngüsü analizi şeklinde) tüketiciyi bilgilendirme ve bilinçlendirme süreci olarak görülebilir. Eğer bir ürün yapıldığı ülkenin veya organizasyonun standartlarına göre ekolojik olarak güvenli sayılıyorsa, o ürün eko-etiketle ödüllendirilir. Ayrıca başka bir tür eko-etiketleme türü de mevcuttur, buna da negatif eko-etiketleme denir ki bu tüketiciyi bir ürünün zararlı yanları hakkında bilgilendirir. Bu durumda eko-etiketli ürünlerin pazar payları, çevresel konularda duyarlı kişilere hitap eden özellikleri nedeniyle artacaktır. Eko-etiketi elde etmek için üreticinin ödediği bedel daha yüksek ücretler biçiminde(değeri üzerinde) tüketiciye yansır."[204]

"Endüstrileşmiş ülkeler için çevresel etiketleme çok önemlidir. Tüketici satın alma kararlarında kullandığı takdirde, yeşil etiket çevresel politika açısından yararlıdır. Halen çok sayıda yayınlanmış saygın etiket çalışması vardır. Bu konuda yapılan çalışmaların çoğu da etiket hakkında bilgi sahibi olması, etiketi fark etmeleri ve onların güvenlerini sağlama üzerine odaklanmaktadır."[205]. Çevresel etiket dediğimiz etiketler ve anlamlarına gelince:

Enerji Verimliliği Logosu.[206] Energy star, Amerika çevre koruma dairesi tarafından geliştirilen elektronik başta olmak üzere tüm alanlarda enerji tasarrufu için gerekli yöntemleri ve kriterleri belirleyen bir serfitika programıdır.

[204] Selda Başaran Alagöz, **Yeşil Pazarlama ve eko etiketleme**, Akademik Bakış e-dergisi, Sayı:11, Ocak 2007,Çevrimiçi, http://www.akademikbakis.org/eskisite/sayi11/makale/seldabasaran.pdf, 03 Nisan 2016

[205] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.156

[206]Çevrimiçi, https://www.urmc.rochester.edu/highland/about-us/press/article.aspx?id=-1082, 05 Mayıs 2016

Green Seal logosu işletmelere amblemini kullanması için izin vererek yeşil standart ve ödül ürünlerini belgelendirir. Kar amacı gütmeyen bir kurumdur.[207]

FSC kriterleri daha az yol inşaatı, seçici kesim, doğal korumanın oluşturulması ve ormanların yeniden gelişmesi daha uzun süre yaşatılması gibi kriterleri içerir.[208]

Çevresel iddiaların doğruluğunu kanıtlayan bu kuruluşun tek farkı kar amaçlı olmasıdır. [209]

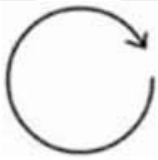
‘’Congormite Europienne’’ Fransızca’da uygunluk anlamına gelmektedir. Ürünlere AB’de serbest dolaşım hakkı vermektedir.[210]

[207]Çevrimiçi, http://www.mnn.com/money/sustainable-business-practices/stories/green-product-certification-21-symbols-you-should, 05.10.2016
[208]Çevrimiçi, https://us.fsc.org/logo-use.249.htm, 10 Aralık 2016.
[209]Çevrimiçi, http://www.terrabellamtl.ca/en/certification-naturel.php, 10 Aralık 2016.
[210]Çevrimiçi, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market goods/cemarking/downloads/index_en.htm, 10 Aralık 2016.

Avrupa'da kullanılan ve ürünün olumsuz çevresel etkilerinin en aza indirildiğini gösteren ekolojik etiket.[211]



Geri dönüşüm, geri kazanım işareti ambalajın geri dönüştürülebilir ve geri kazanılabilir bir malzemeden üretildiğini göstermektedir. [212]



Bu işaret ürünün geri dönüştürülmüş maddeden üretildiğini göstermektedir.[213]



Ürünlerinde Çevko vakfı işareti bulunan ürünler çevko vakfına üyedir.[214]



[211]Çevrimiçi, http://mutucertification.com/id/sertifikasi-ekolabel, 10 Aralık 2016.
[212]Çevrimiçi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Geri_d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm, 10 Aralık 2016.
[213]Çevrimiçi, http://cevreonline.com/atik2/geri_donusum.htm, 10 Aralık 2016.
[214]Çevrimiçi, http://www.cevko.org.tr/, 10 Aralık 2016.

Bu uygulama ile AB ülkelerinin işletmeleri kendi çevre yönetim sistemlerini ve bağımsız denetim firması tarafından onaylanan çevresel faaliyet raporlarını oluşturmak durumundadırlar.



İşletmelerde bir çevre yönetim sisteminin uygulandığını ve sistem için gerekli denetimlerin yapıldığını gösteren bir uygulamalar bütünüdür.[215]



ISO'nun bir diğer etiketi ise işletmede 'Toplam Kalite Yönetimi''nin uygulandığının göstergesidir.[216]

2.6.7. Yeşil Tasarım ve Ergonomi

Yeşil Tasarım bazı kaynaklarda eko-tasarım olarak da isimlendirilmektedir ve tasarlanan ürünün doğa dostu olması, geri dönüştürülebilirliği veya yeniden kullanılabilirliğine ve sürdürülebilirliğine atıfta bulunmaktadır.

"Yeşil tasarımın farklı zamanlarda ve yerlerde, farklı şekillerde kullanıldığını görmek bazen kafa karışıklığına sebep olsa da, bu durumu yeni gelişmekte olan anlayışların kendi terimlerini oturtma arayışları olarak değerlendirmek gerekir. Örneğin eko tasarımın; yeşil tasarım, çevre için tasarım, sürdürülebilir tasarım, doğa

[215] Çevrimiçi, http://www.iso.org/iso/home/name_and_logo.htm, 10 Aralık 2016.
[216] Çevrimiçi, http://www.iso.org/iso/home/name_and_logo.htm, 10 Aralık 2016.

uyumlu tasarım, yaşam döngüsü tasarımı, yaşam döngüsü mühendisliği, çevreye duyarlı tasarım ve üretim gibi birçok kavramın yerine kullanıldığı görülmektedir."[217]

"Çoğu kapsam ve yöntem itibariyle birbirinden farklıdır, hatta bazılarının sistematik bir yaklaşımı ve/veya yöntemi yoktur. Ancak kimi zaman ortak olan konuları aynı amaçla ele aldıklarından bu kavramların birbirlerinin yerine kullanıldığı durumları ayırt etmek güçtür."[218]

"Yeşil tasarımın ne olduğu veya ne olmadığının daha net anlaşılabilmesi için bu konuda yapılmış bazı tariflere bakalım;"[219]

- "Yeşil tasarım, daha iyi ürün tasarımı ile tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerin azaltılmasıdır"[220]
- "Yeşil tasarım, çevresel bakış açısının ürün tasarımı ve geliştirilmesi sürecine diğer ölçütler (kalite, maliyet, güvenlik, pazarlama için uygun zaman) gibi uyarlanması ve bir an önce entegre edilmesidir."[221]
- "Yeşil tasarım, üretilmesi planlanan ürün için gerekli olan hammaddenin çıkartılmasından, fonksiyonel bir ürüne dönüşmesine ve kullanım sonrası evrelerine kadar ki tüm yaşam döngüsünün düşünülmesi, çevre ile ilgili düşüncelerin sürecin henüz tasarım aşamasında, entegre edilmesidir."[222]
- "Yeşil tasarım veya çevre için tasarım yaşam döngüsü yaklaşımını ürün ve servis tasarımlarına sistematik bir şekilde katılmasıdır."[223]
- Yeşil tasarım, sosyal ve kültürel yönden kabul görebilecek yeni önerilerin, teknik olarak mümkün, çevre için mecburi olanlarını birleştiren bir tasarım faaliyetidir.

---

[217] Tuna Özçuhadar, **Eko Tasarım Nedir**,Çevrimiçi, http://www.yesiloji.com/yesilhaber/eko-tasarim-nedir/,10 Nisan 2015
[218] A.g.e.
[219] A.g.e.
[220] A.g.e.
[221] A.g.e.
[222] A.g.e.
[223]Tuna Özçuhadar, **Eko Tasarım Nedir**,Çevrimiçi, http://www.yesiloji.com/yesilhaber/eko-tasarim-nedir/,10 Nisan 2015

"İşletmelerin kendi iç çevrelerindeki ergonomik ve sosyal koşulları yeşil anlayış çerçevesinde geliştirmesi ve ekolojik çevreye duyarlı olmanın gereklerindendir. Çalışma ortamlarının ve çalışma alışkanlıklarının, ekolojik anlamda iyileştirilmesini de kapsayan yeşil ergonominin dayanakları; çalışılan mekanların inşaat ve mimari kalitesi, kullanılan araç-gereç ve büro malzemelerinin çevreye duyarlı, tekrar kullanılabilen ve geri kazanıma uygun olması, bilgisayar ve benzeri donanımın çevreyi ve insan sağlığını tehdit etmeyecek kalitede ve buna uygun seçilmesi gibi düzenlemelerdir."[224]

Bu ergonomiyle ilgili en güzel örnekleri yeşil marka adını verdiğimiz ürünlerin ait olduğu şirketlerdeki çalışma ortamlarıdır. Bu yeşil ergomik çalışma ve yaşam ortamında en fazla öne çıkan şirketler Apple ve Google şirketleridir. Ülkemizden örnek verecek olursak Yeşil Ergonomik ortam henüz yaşam alanlarında yani yeni yapılmış veya yapılan site tarzı yaşam alanlarında kullanılmaya başlanmıştır. Bu şekildeki iş ortamına ise Küçükçekmece'yi örnek verebiliriz. Kendi enerjisini kendi üreten ve sürdürülebilir bina kapsamında yapılan Küçükçekmece Belediye binası hem çevreye daha az zarar vermesi hem de yeşil ergonomisiyle ülkemizdeki en iyi örneklerden bir tanesidir.

2.6.8. Yeşil Beyin Yıkama

Herkes 'aklama' denilen şeyin ne olduğunu duymuştur. Bunun anlamı koordine bir şekilde daha önce yapılmış veya hali hazırda yapılmakta olan tatsız bir durumu politik bir şekilde saklamaktır. İşte yeşil beyin beyin yıkama ''aklama''nın çevre bağlamında yapılanıdır. [225]

Bir şirket aslında olduğundan daha yeşil ve çevreci görünmek için fazlasıyla zaman harcıyor ve reklamlarında ve tanıtım çalışmalarında kendini çevreci göstermek için

[224] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.162
[225]Çevrimiçi, http://www.greenwashingindex.com/about-greenwashing/, 02 Mart 2015.

çevreci olmaya sarf ettiğinden daha fazla para ve zaman sarf ediyorsa bunun adı yeşil fırçayla yapılan aklamadır.[226]

"Yeşil beyin yıkama bir şirketin çevresel ve sosyal performansı ile ilgili pozitif bilginin seçilerek duyurulması, fakat bu yapılırken bu boyutlarla ilgili negatif bilginin duyurulmaması olarak tanımlanır. Yeşil beyin yıkama (Greenwashing) terimini ilk olarak kullanan kuruluş Greenpeace kuruluşudur."[227]

Bazı araştırmacılar yeşil beyin yıkamanın genellikle promosyon ve sosyal sorumluluk kampanyaları ile ilişkilendirildiğinden bahseder. Yeşil beyin yıkamaya örnek vermek gerekirse: Discovery Communications kanalı büyük bir yatırımla sadece çevre konulu yayın yapacak olan Planet Green kanalını kurduğunda sponsorlardan bir tanesi General Motors oldu.'Hummer' marka ürünü gibi çevreye oldukça zarar veren ürünler üreten General Motor'un bu sponsorluk girişimine yeşil beyin yıkama yakıştırmaları yapılmıştır. Buna benzer bir diğer örnek de ABD'de Galon başına enerji verimliliği ile ilgili bir parlamento önerisine karşı 'Prius' gibi çevreci markalar ve çevreci projeler üreten Toyota'nın öneriye karşı lobicilik faaliyeti yapması yeşil beyin yıkama olarak algılanmıştır[228]

Tüketicilerin çevresellik seviyelerine göre şirketleri ayırt edebilmeleri için bazı özellikler öne çıkmaktadır:[229]

- Yeşil şirketlerin genelde ana hedefleri daha yeşil olmaktır. Çevre dostu ürünler sunmalarının yanında çevreye etkilerinin farkındadırlar ve zararlı etkilerini hep minimum düzeye çekmeye ya da ortadan kaldırmaya çalışırlar.
- Ekolojik faydalarını artırmak zararlarını en aza indirgemek için sürekli kaynak ayırmaktadırlar.
- Yeşil şirketlerin tek amaçları kar etmek değildir.
- Bu şirketler şeffaflıktan kaçmazlar.

---

[226] A.g.e.
[227] Şenay Yavuz, **Yeşil Halkla İlişkiler ve İkna**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,2009ü Sayı:37, S.136, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019007914
[228] A.g.e.
[229] Şenay Yavuz, **Yeşil Halkla İlişkiler ve İkn**a, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,2009ü Sayı:37, S.136, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019007914, 10 Nisan 2015.

2.7.YEŞİL TÜKETİMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE DEĞİŞEN ALIŞKANLIKLAR

Özellikle sanayi devriminden sonra uygulanan üretim şekli ve tüketim alışkanlığı dünyanın ekolojik dengesini yerle bir etmiştir. Sanayi üretiminde ortaya çıkan gazlar, duman, zehirli atıklar ve bu üretimin neden olduğu hava ve çevre kirliliği dünyanın ekolojik dengesinin sarsılmasına neden olmuştur. Fakat günümüzden sadece 40-50 yıl öncesine kadar bu kirlilik ve tüketim konularında ya da dünyanın bozulan ekolojik dengesi konusunda neler yapılabileceği ve çözüm yollarıyla ilgili hiç bir şey düşünülmemiş ve nerdeyse hiç bir şey de yapılmamıştır. Son yıllara geldiğimizde bu kirlilik, ülkeleri ve uluslararası kurumları dünyanın nasıl temizleneceği ya da ekolojik dengenin nasıl korunacağı konularında yavaş yavaş çözümler aramaya itmeye başlamıştır.[230]

Konuyla ilgili derinlemesine bir araştırma yaptığımızda: "1970'li yıllardan günümüze kadar konunun; ekolojik pazarlama ve sürdürülebilir pazarlama kavramlarıyla ele alındığı görülmektedir. Ekolojik pazarlama, belirli çevre sorunlarını (Çevre kirliliği, kaynakların tükenmesi) ve bunların mevcut teknolojilerle önlenmesine yönelik pazarlama faaliyetlerini tanımlamak için dar anlamda kullanılmaktadır. Çevreci veya Yeşil pazarlama kavramlarında, daha geniş bir ürün kategorisini içerecek şekilde yönetsel bir bakışı yer almaktadır."[231]

2.7.1. Yaş Faktörü

Kaynaklarda yaş faktörüyle ilgili bilgilerde ikinci dünya savaşından sonra jenerasyonların yavaş yavaş çevresel duyarlılık göstermeye başladıkları geçmektedir. Bunun yanında çevresel duyarlılığın arttığı dönemler genellikle felaket dönemleri olup bu felaketlerin meydana geldiği dönemlerde yetişmiş insanlarda çevresel duyarlılığın daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

---

[230]Mustafa Yücel, Ümit Serkan Ekmekçiler, **Çevre Dostu Ürün Kapsamına Bütünsel Yaklaşım**, Çevrimiçi, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423879168.pdf, 02 Mart 2015.

[231] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.150-127-128.

TÜİK'in yaptığı araştırmaya göre 2001'le 2012 yılları arasında sürdürülebilir değerlerin verildiği bir istatistiki şema bulunmaktadır. Genel itibariyle bu şemada kaynak verimliliğinden bahsedilmekte ve 2001 den bu yana kg başına Euro olarak hesaplanan verimliliğin hemen hemen her geçen yıl arttığı gözlemlenmektedir. Bunun yanında sürdürülebilir üretim ve tüketim verileri de bulunmakta fakat yaş faktörleriyle ilgili herhangi bir bilgiye yer verilmektedir.[232]

Ottman'a göre birinin davranışı onun değerini gösterir ve "sürdürülebilirlik"- doğayı, gezegeni ve şimdi üzerinde yaşayan insanları ve gelecekte yaşayacakları önemsemek- günümüzde yaşayan her jenerasyon için hayati bir önemdedir ve bu 1960'ların Baby Boomers*'projesinin içinde 'Yeşili geri yükle programının yönetilmesiyle başlamıştır. Baby Boomers jenerasyonu kadar önemli olan bir başka şey birincil hane halkı ve kanı önderleridir. İnternet Meraklısı X, Y ve Z jenerasyonları tarafından yapılabilecek herhangi bir potansiyel çevresel aktivizm hala çok önemlidir.[233]

ABD'de yapılan yeşil davranış-tüketim ve yaş arasındaki bağlantıyı Ottman'ın kitabında ayrıntılı bir şekilde bulabiliriz. Jenerasyon jenerasyon incelenen bu tüketim alışkanlıklarını şöyle açıklanmıştır:

Baby Boomers (bebek patlaması) jenerasyonu: Şimdilerde artık aile reisi olmuş olan Milyonlarca Amerikan Baby Boomers jenerasyonu üyesi yeşil bilincini davranışlarıyla ve toplumsal değerleriyle harmanlamakta ve bu bilinci kendi çocuklarına ve torunlarına uzun zamandır kazandırmaktadırlar. 1946 ve 1964 arasında doğan ve şimdilerde yaşları 50 ve 64 arasında değişen jenerasyon, Lise çağlarında ve genç yetişkinlerken Anti-Vietnam gibi savaş karşıtlığı yapmışlar, çok büyük işletmelere karşı çıkmışlar ve bunlarla birlikte 60'ların sonuna ve 70'lerin başlarına kadar çevresel aktivizm hareketlerini yönetmişlerdir. 1970 yılında senatör Gaylord Nelson tarafından yaratılan 'Dünya günü' ilk 1970'de ve takip eden yıl olan

[232]Türkiye İstatistik Kurumu, Çevrimiçi, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1012, 10 Mayıs 2015.

*İkinci Dünya savaşının bitiminden sonra çocuk doğumlarında çok yüksek bir doğum oranı görülmüş ve bu dönemde doğan bebeklere Baby Boomers (bebek patlaması) jenerasyonu ismi verilmiştir.

1971'de Baby Boomers jenerasyonu tarafından kutlanmıştır. Onların Dünyayla ilgili endişelerinin beslediği gösteriler 1969'da Ulusal çevre politikasını doğurmuş, 1970 'de Amerikan Çevre Koruma Ajansının kurulmasını sağlamış ve aynı yıl Temiz Hava, Temiz Su için gösteriler düzenlenmiştir. 1973 yılına gelindiğinde Nesli tükenmekte olan türler için de gösteri düzenlenmiştir.[234]

Bundan sonra 1973-75 Orta Doğu petrol ambargosu gelmiş ve enerji krizine yönelik işaretler görülmeye başlamıştır ki bu Baby Boomers jenarasyonunu daha az tüketmeye, yakıt tarassuflu araçlar ve yenilenebilir enerji kullanmaya yöneltmiştir. 1979'da *'The China Symdrome'* filmi güvenlik nedeniyle gizlenen Pennsylvanya yakınında Three Mile Island'daki nükleer üretim tesisisini tesadüfen ortaya çıkardı.

Bugün baby boomers jenerasyonunun %54' ünün sosyal bilince sahip tüketiciler oldukları düşünülmekte ki bu da 40 milyon tüketiciye tekabül etmektedir. Bu kişilerin raflardaki organik, geri dönüştürülebilir veya yenilenebilir ürünleri tercih ettikleri ve çevreyi kirleten şirketlerin ürünleriyle topluma hiçbir şey vermeyen şirketlerin ürünlerini boykot ettikleri kabul edilmektedir.[235]

X jenerasyonu: Bu jenerasyonun üyeleri 1984'de Hindistan'ın Bhopal eyaletindeki Union Carbit* yangınına tanık olmuşlar ve bu yangın 3000 can almış ve bugün bile ciddi sağlık problemlerine yol açmaktadır. 1985'de Müzisyen Bob Geldof ve Midge Ure tarafından Etiyopya'da açlığı durdurmak için organize edilen ve Dünya çapında 400 milyon kişiye Tv'den ulaşan konser, gelişmiş ülkelerde yaşayan gençlerin gözlerini, gelişmekte olan ülkelerde meydana gelen korkunçluklara karşı açmıştır. X jenarasyonu aynı zamanda 1986'da Çernobil Nükleer Santrali patlamasının akıbetini tecrübe etmiştir. Aynı televizyonlar 1989'da Alaska'daki Exxon Waldez petrol sızıntısını Prens William'ın sesinden yayınladı ve büyük olasılıkla bu jenerasyonun üyeleri 1992'deki Rio zirvesinde olayların farkındaydılar.

---

[234] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.32-33

[235] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.32-33

* Hindistanın Bopal eyaletinde bulunan ve böcek ilacı üreten Amerikan Şirketi.

Y Jenerasyonu: Büyük olasılıkla modern günlerin yeşil hareketinin liderleri bu jenerasyona aittir ve 1980'lerin ve 1990'ların başlarında doğmuş olan 20-30 yaş arasındakiler tanımlanmaktadır. Bu internet meraklısı Y jenerasyonu (Milenyumlar olarak da bilinmektedirler) bilgisayar ve internetle büyümüşlerdir. Bu jenerasyon otorite ve hükümete karşı güvensizdir ve onlar sahte ya da yapay olarak gördükleri pazarlama uygulamalarına hızlı bir biçimde meydan okurlar. Kendi görüşlerini bloglarda, mesajlarda ve sosyal medyada ifade etme yetenekleri sayesinde, dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca kişiyi organize edip hızlı bir geri dönüş alabilmektedirler. Baby Boomers jenerasyonu sosyal ve çevreci değerlerini bugünün Katrina Kasırgasını (2005) ve BP'nin Meksika körfezindeki Petrol sızıntısının farkındalığını Y jenerasyonuyla paylaşmaktadırlar. Yetkin birçok şirket yakın gelecekte büyük geliri olan aile reisi olacak bu öğrencilerin, sürdürülebilirlik hakkındaki farkındalığını artıracak mesajları onlara ulaştırmak için, kampüslerde öğrencilerin her yerde bulabileceği kahve bardakları ve yeniden kullanılabilir su şişelerini kullanmaktadırlar.[236]

Z jenerasyonu: Bu nesil, yeşil günlük yaşamlarının bir parçası olacak şekilde çevresel bilince sahip bir dünya da yetiştirilmiştir. 16 yaşın altında olan bu nesil güneş enerjili evlerde ve yollardaki hibrit araçlarla yaşarken onlara bunlar olağandışı bir durum gibi gelmez. Çevresel konuları okulda ve evde öğrenirler. Okulda ve evde 3R atık yönetimini kullanırlar bunlar; "azalt(reduce),yeniden kullan(reuse),geri dönüşüm kullan(recycle)''dır ve bunlar onlar için okumak ve yazmak gibi sıradan işlerdendir. Çevreye duyarlı temizlik malzemeleri, yerel olarak üretilen ürünler, geri dönüştürülebilir kağıt gibi ürünler ailelerinin alışveriş listesinin başlarında yer alır. Organik olarak yetiştirilmiş pamuktan ve bio temelli liflerden yapılmış elbiseler Z jenerasyonunun üniformalarını oluşturur.[237]

---

[236] Jacquelyn Ottman, **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding,** Berrett Koehler Publishers, California, 2011, S.34
[237] A.g.e. S.34

Forbes Dergisinin 1300 kişi üzerinde yaptığı ve yayınladığı bir araştırmaya göre ise Milenyum jenerasyonu olarak bilinen gençlerin alışkanlıklarıyla ilgili olarak on özellikten bahsedilmiştir. Bu özellikler:

1. Yapılan anket çalışmalarına göre milenyum jenerasyonunun üyeleri bütün reklamlardan etkilenmediklerini ifade etmişlerdir.
2. Bu jenerasyonun üyeleri araba konusunda genellikle satın alma seçeneğini uygun bulmakla birlikte ev konusunda ise ev satın almaktansa kiralama seçeneğinin daha cazip olduğunu belirtmişlerdir.
3. Herhangi bir ürün satın almadan önce tüketicilerin ürünle ilgili yazdıkları blogları gözden geçirmektedirler.
4. Satın alma davranışında bulunurken ürünün içeriği kadar özgünlüğüne önem vermektedirler.
5. Onlara gelecekte miras kalması muhtemel şeylerin satın alma davranışlarında herhangi bir değişikliğe yol açmayacağını belirtmişlerdir.
6. Markalarla ilgili bilgilerin ve tanıtımların kendilerine sosyal ağlarda daha kolay ulaştığından bahsetmişlerdir.
7. Ürünleri şirketlerle birlikte üretme ve daha fazla seçenek konusunda istekli olduklarını belirtmişlerdir.
8. Birden fazla son teknoloji ürün kullanmaktadırlar.
9. Beğendikleri markaların sadık müşterileri olduklarını ve aynı marka için birden fazla satın alma davranışında bulunduklarını belirtmişlerdir.
10. Markaların sadece kar amacı gütmemesi gerektiğini, toplumdan sadece almayı değil topluma katkı sağlamayı yani topluma geri vermeyide düşünmeleri gerektiğini söylemişleridir.[238]

2.7.2. Cinsiyet ve Medeni Durum

Cinsiyet ve çevresel konulara duyarlılık ilişkisi şimdiye kadar pek üzerinde durulmamış bir konudur. "Pek çok araştırmacı yaptıkları araştırmalarda, kadın-erkek

[238]Dan Schawbel,10 New Findings Abour Millenial Consumer, Çevrimiçi, http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2015/01/20/10-new-findings-about-the-millennial-consumer/2/, 03 Ocak 2015.

arasında benimsenmiş rollerden kaynaklanan ayırt edici farklar, tutumlar ve beceriler sebebiyle cinsiyet farkının çevreyle ilgili tutum üzerinde etkili olduğunu ve kadınların erkeklere göre daha fazla çevreci oldukları iddiasını öne sürmektedir. Bunun teorik olarak açıklaması da; kadınların sosyal gelişim sürecinde yaşanan cinsiyet rolü farklılıklarından ötürü, kendi davranışlarının başkaları üzerinde yarattığı ve yaratacağı etkiyi çok daha fazla önemsedikleri tezini savunmaktadırlar."[239]

Bir araştırmacı (Ling-Yee) "çalışmasında ekolojik duyarlılık ile ilgili tutum ve ekolojik satın alma davranışı arasındaki ilişkinin erkeklerde kadınlara göre daha güçlü bir ilişki olduğu"[240] hipotezini ortaya atmış ve küçümsenmeyecek oranda bu tezi destekleyen verilere ulaşmıştır. Lorache ve birkaç diğer araşırmacı ise yaptıkları çalışmalarda bunun tersi bir durumun ortaya çıktığından söz etmektedirler. [241]

Roberts ve Straughan, çevre endişesi taşıyan tüketicilerin davranışlarını sadece demografik değişkenler açısından incelediklerinde cinsiyet önemli bir değişken olarak ortaya çıkmış, psikografik değişkenlerin demografik değişkenlerle birlikte ele alınması durumunda cinsiyetin önemini kaybettiğini belirtmiştir.[242]

Mitchell and Walsh'a göre erkekler ve kadınlar farklı ürünlere sahip olmak istemekle birlikte bu ürünlerin farklı özelliklerinden hoşlanırlar ve bunlara farklı şekillerde sahip olurlar. Tüketici davranışlarında cinsiyet önemli bir role sahiptir. Erkek ve kadın arasındaki beklentilerdeki, isteklerdeki, ihtiyaçlardaki, ve yaşam tarzlarındaki farklılıklar davranışlara da yansımaktadır. [243]

Solomon' a göre ürünler de erkek ve kadın olabilmekle birlikte çift cinsiyet özellikleri taşımaktadır. Yani ürünler maskülen ya da feminen özellikler

---

[239] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.150-181-182.
[240] A.g.e.
[241] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.150-181-182.
[242] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, S.72
[243]Vikash Kumar, **İmpact of Gender on Consumer Purchase Behavior**, Çevrimiçi, http://www.academia.edu/7831247/IMPACT_OF_GENDER_ON_CONSUMER_PURCHASE_BEHAVIOUR S.4, 10 Mayıs 2016.

gösterebilmektedirler. Fakat basitçe açıklamak gerekirse Barbie bebekler kızlar için arabalar ise erkekler içindir.[244]

Kaynaklarda kadınların daha çok detaycı ve içsel olaylara yöneldiğinden erkeklerin ise daha genel ve dışsal olaylara yöneldiğinden bahsedilmektedir.

Bugün pazarlamacılar ve iletişimciler pazar segmentasyonunda ve hedef kitle belirlemesinde cinsiyetin en önemli faktörlerden bir tanesi olduğunun farkındadırlar.

2.7.3. Gelir

Gelir ve ekolojik duyarlılık arasındaki çalışmalar çelişkili sonuçlar verse de ülkemiz açısından baktığımızda özellikle organik tüketimde gelir faktörünün gelir durumu iyi olan insanlar lehine olduğu görülmektedir. Çevreci ve organik ürünler pazarlamak için kurulan işyerlerine baktığımızda bunların gelir ortalaması yüksek semtlerde ilk olarak açıldığını söylemek mümkündür.

"Gelir değişkeninin en önemli sosyal sınıf belirleyicilerinden biri olduğu göz önünde bulundurulduğunda, orta ve üst sosyal sınıfa ait kişilerle ekolojik duyarlılığın pozitif yönlü bir ilişkisi olduğu Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinde görülebilir."[245]

"Dunlap ve diğerleri orta ve üst sınıfın temel ihtiyaçlarını karşılamış bireyler olduklarından bahsetmekte, bu nedenle insan varlığının daha estetik yönleri üzerinde düşünmeye ve odaklanmaya yöneldiklerini iddia etmektedir."[246]

"Gelir çevresel duyarlılık ilişkisinin genelde pozitif yönlü olduğu düşünülmektedir. Bu fikre destek olan en yaygın gerekçe de yüksek gelir düzeyine sahip kişilerin çevreciliği desteklemek ve çevre-dostu ürün satın almak için katlanması gereken maliyetteki marjinal artışları tolere edebileceği görüşüdür." [247]

Shellyana Junaedi'nin çalışmalarında ise gelir ve çevresel duyarlılık arasında pozitif bir ilişki olduğu öne sürülmektedir. Çünkü yüksek gelirli bir birey çevreyi

---

[244] A.g.e.
[245] Necla Kuduz-Muammer Zerenler, Yeşil Pazarlama, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013, S.150-183.
[246] A.g.e. S.183
[247] A.g.e. S.183

destekleyici satın alma davranışında bulunurken bunun ekstra bir maliyeti olsa bile bu maliyeti göze alabilmektedir. Gelir ile çevresel farkındalık ve ekolojik bilgi arasında kesin bir ilişki vardır gibi keskin bir ifade kullanmak yanlış olabilir. Son yapılan çalışmalar göstermiştir ki gelir ve çevre bilinci arasında tutarlı bir ilişki olduğundan söz edilemez. Orta sınıftakiler temel ihtiyaçlara ve itibar, imaj gibi varoluşun getirdiği başka alanlara ilgi duymaktadırlar. Buttel ve Flin'e göre düşük gelirli sınıf kirliliğin daha fazla olduğu yerlerde yaşamakta ve düşük çevresel imkanlara sahip olan, yine kirliğin fazla olduğu yerlerde çalışmaktadırlar. Bu yüzden onlar çevresel şartların daha da iyileştirilmesini ümit etmektedirler. Genel olarak bakarsak sosyal sınıflar çevre kirliliği konusuna olumlu ve yapıcı yaklaşma eğilimindedirler.[248]

Kaynaklarda gelir ve Yeşil ürünler arasında genellikle pozitif ilişkiye vurgu yapılan konu sağlıklı beslenme konusudur. Yüksek gelirli bireyler daha doğal ve sürdürülebilir ürünlere yönelirken düşük gelirli insanların bu konuya fazla dikkat edemediklerinden ve bunun bazen çevresel duyarlılıkla ilgili değil de gelir durumuyla ilgili olduğundan bahsedilmektedir.

2.7.4. Demografik, Kültürel, Psikografik Özellikler ve Eğitim

Bu konuda yapılan önemli araştırmalarda özellikle demografik faktörlerin yeşil satın alma davranışında etkili olduğunun üzerinde durulmaktadır. Bir araştırmada yeşil tüketiciden bahsedilirken: Beyaz, kadın, genç ve profesyonel tanımlamaları yapılmıştır. Bourgeois and Barnes isimli iki araştırmacıya göre ise çevresel bilinci yüksek tüketicilerin ortalamanın üstünde bir eğitim seviyesine ve daha iyi bir gelir durumuna sahip olduğundan ve genç olduklarından bahsetmedirler.[249]Birçok araştırma dikkatli bir şekilde incelendiğinde üzerinde durulan başlıkların eğitim, gelir ve genç nüfus kavramlarını sıklıkla kullandığı görülmektedir.

---

[248]Anchal Arora, The Role of İncome Level in Green Consumer Behavior, Çevrimiçi, http://www.academia.edu/9298431/The_Role_of_Income_Level_in_Green_Consumer_Behavior_Multigroup_Structural_Equation_Model_Analysis, 10 Mayıs 2016.

[249]Hans Ruediger Kaufmann, Mohammad Fati Ali Khan Panni,Yianna Orphanidou**, Factors Affecting Consumers Green Purchaising Behaviour**, Çevrimiçi, http://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Article_1100.pdf S. 59-60, 10 Mayıs 2016.

Yeşil tüketici görünüşü ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmalarda, demografik özelliklerin önemli bir araç olduğu ortaya çıkmıştır. Straughan ve Roberts yeşil tüketici davranışının bazı önemli psikografik sonuçlarını şöyle açıklamaktadır:[250]

- Algılanan tüketici durumu, bireysel olarak ne yapıp yapmadığı
- Altruizm, diğer insanlar hakkında kaygı. Kişiye maddi ya da manevi bir yük getirmesine rağmen diğerleri için gönüllü yardımlarda bulunma davranışıdır.
- Liberalizm, sol görüşlü politik inanışlar.

Sonuç olarak elde edilen bilgilere bakıldığında Liberalizm ve Altruizm'in yeşil tüketici davranışını belirlemede önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır.

Mostafa isimli mısırlı bir araştırmacı Mısırlılarla ilgili gerçekleştirdiği bir çalışmasında cinsiyetle yeşil satın alma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmaya göre çevre konusunda erkekler kadınlardan daha fazla bilgiye sahiptir ve daha fazla çevre endişesi taşımaktadır ve yeşil satın alma açısından daha fazla pozitif tutum içinde oldukları ortaya çıkmıştır. Chan ve Lau tarafından 2000 yılında Çin'de yapılan bir araştırmada çevre konusunun satın alma davranışı üzerinde etkili olup olmadığı incelenmiş ve sonuçta çevre bilgisinin yeşil satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırma da Çin'in Teoizm'den kaynaklanan geleneksel ''insan-doğa'' etkeninin kısmen de olsa yeşil satın alma davranışlarını etkilediği ancak yeterli olmadığı saptanmıştır. Sonuç olarak, tüketicilerde çevreci davranışın oluşabilmesi için öncelikle çevreyle ilgili bilgi eksiklikleri giderilmelidir.[251]

[250] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, S.72
[251] Aybeniz Akdeniz Ar, **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul, S.72

3.DİJİTAL GÖÇMENLERİN VE DİJİTAL YERLİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL KONULARIYLA İLGİLİ DAVRANIŞLARININ ARAŞTIRILMASI

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Araştırmanın konusu Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularında iki ardıl jenerasyonun davranışlarının anket yardımıyla incelenmesidir. Bu jenerasyonlar Dijital Göçmenler ve Dijital Yerlilerdir.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEM VE AMACI

Çok da uzak sayılamayacak bir geçmişte yaşanan çevresel felaketler insanlarının gözünün doğal kaynaklara çevrilmesine neden olmuş ve bu felaketler insanlara etkileri hala devam eden travmalar yaşatmıştır. Bu travmaların tekrar yaşanmaması ve sınırlı olan doğal kaynakların etkili bir şekilde kullanılması için çeşitli toplantılar ve çalışmalar yapılıp önlemler alınmaya çalışılmıştır. Son yıllarda Amerika'da yapılan araştırmalar yeşil ve sürdürülebilirlik konularındaki çalışmaların partiler ve kurumlar için gittikçe hayati bir önem taşımaya başladığını göstermektedir. Özellikle ABD'de genç nesillerin bu konuda ileri derece bilgilendirildiği ve bazı kaynaklarda bu jenerasyonların 'Yeşil Jenerasyonlar' olarak adlandırıldığı göze çarpmaktadır. Ülkemizde Sürdürülebilirlik konusunda bazı çalışmalar hem resmi kurumlar düzeyinde hem de özel şirketler nezdinde yapılmaktadır. Bu çalışma; sürdürülebilirlik ve yeşil konularıyla ilgili hem genç jenerasyonların bu konudaki bilgilerinin ne seviyede olduğunun ölçümlenmesini hem de çalışmaların satın-alma davranışlarına etkilerini araştırmaktadır. Bu konuyla ilgili daha önce hiçbir araştırma yapılmamış olması elde edilen verilerin hem tüzel kişilikler hem de kurumlar ve şirketler düzeyinde önemli olduğu düşüncesi taşımaktadır. Hazırlanan anket soruları dört temel konuyu aydınlatmak üzere hazırlanmıştır. Bunlardan ilki ele aldığımız Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler jenerasyonlarına göre günümüz sanayi toplumlarının sürdürülebilirlik konusundaki çalışmaları yeterli midir sorusunun cevabını bulmaktır. İkinci amacımız ise Medyanın Sürdürülebilirlik ve Yeşil konusundaki bilgileri ya da çalışmaları insanlara aktarmadaki rolü nedir sorusunun

cevabını bulmaktır. Anket sorularını sorarken cevabını bulmak istediğimiz üçüncü soru ise kurumların ve şirketlerin yaptığı sürdürülebilirlik çalışmalarının tüketiciler nezdinde satın-alma davranışlarına etkisi var mıdır ya da davranış değişikliği oluşturmalarına katkı sağlar mı? sorusudur. Bunun yanında Digital Göçmenlerin ve Dijital Yerlilerin sürdürülebilirlik ve yeşil konularına yaklaşımları ve farkındalık seviyeleri ile ilgili veri elde etmek konusunu da anket çalışmasıyla ulaşılmak istenen dördüncü amaç olarak sayabiliriz.

Araştırmayla birlikte Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularının dünya genelinde gittikçe daha önemi konular haline geldiği ve ülkemizde de bu konuyla ilgili yapılan/yapılacak çalışmaların genç nesiller nezdinde önemli olduğu görülecektir.

3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma sadece dijital yerliler ve dijital göçmenler gibi iki jenerasyonu kapsamaktadır. Burada yeni nesillerin konuyla ilgili bilgilerinin ve davranışlarının ülkenin nüfus özellikleri dikkate alındığında daha önemli olduğu düşünülmüştür. Araştırma da Kadın-Erkek cinsiyetleri ve Dijital Yerli ve Dijital göçmen jenerasyonları mensupları olabildiğinde birbirine yakın olması beklentisi içinde başlamış fakat rastlantısal kotalı yöntem kullanılması ve genellikle deneklerin üniversite mezunu ve araştırmacının yaşına yakın olması nedeniyle istenilen denge yeterince sağlanamamıştır.

3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tüm dünyada yaşanan son çevresel gelişmelerden sonra hem ülkeler, kurumlar ve hükümetler düzeyinde hem de bireysel olarak "Sürdürülebilirlik" konusunun üzerinde durulmaya ve bu konuyla ilgili bilinçlendirme ve bilinçle çalışmalarına hız verilmeye başlanmıştır.

İşte bu küresel trendin ülkemizde de yaygınlaşmaya başlayıp başlamadığını ve genç nesillerin bu konuyla ilgili farkındalıklarının olup olmadığını nicel bir araştırma şekli olan anket çalışması yardımıyla ölçümlemeye çalışacağız.

Daha da detaylandırmamız tezin literatür taraması çalışması yapılarak hazırlanan ilk iki bölümüne Anket çalışması yapılarak verileri onaylamak amacıyla üçüncü bölüm eklenmiştir. Anketin ön araştırması on kişilik grupla yapılmıştır. Daha sonra ise araştırma 22-24 Kasım 2016 tarihleri arasında Nicel araştırma yöntemi kapsamında anket çalışması şeklinde yapılmış ve 74 dijital göçmen 176 dijital yerli jenerasyonları mensupları ankete katılmıştır.

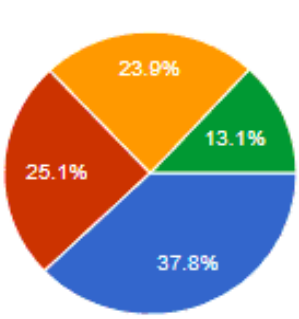
3.5. VERİLERİN ANALİZİ VE YORUMU

Bu kısımda dijital göçmenler ve dijital yerliler olarak isimlendirdiğimiz iki örneklem grubumuzun yeşil ve sürdürülebilirlik konusundaki farkındalıklarına ve satın-alma davranışlarına yönelik olarak düzenlediğimiz anket verilerimiz incelenmektedir. Anket 20 adet derecelendirilmiş sorunun 251 kişiye sorulmasıyla elde edilen verilerden oluşmaktadır.

Öncelikle demografik özelliklerle ilgili olan anketin ilk sorularından bahsetmek gerekirse 250 kişilik örneklem grubumuzun 105'i kadınlardan ve 146 tanesi de erkeklerden oluşmaktadır. Bu da kadın ve erkek katılımının görece yakın olduğunu bize göstermektedir. Bunun yanında ankete ilgi gösterenlerin genellikle 1980 yılı ve sonrası doğumlular olması göze çarpmaktadır ki sürdürülebilirlik ve yeşil konusuna dijital yerliler dediğimiz jenerasyon dijital göçmenlere göre açık ara fazla ilgi göstermiştir.

Üçüncü soruda sorduğumuz aylık gelir sıralamasında 251 kişilik grubun 95'i yani %37.8'i gelirinin 1000 TL'nın altında olduğunu belirtmiştir. 63 kişi %25,1'lik oranla gelirinin 1000-2500 TL arasında olduğunu belirtmiş bunun yanında 60 kişi %23.9 oranla 2500-4000 TL aralığında gelirinin olduğunu belirtmiş ve %13.1'lik yüzdeye sahip olan 33 kişi gelirinin 4000 TL üzerinde olduğunu belirtmiştir. Bu gelir durumlarına göre yapılan değerlendirmeye göre gelirin yüksek olmasıyla sürdürülebilirlik ve Yeşil gibi konularla ilgili farkındalık açısından doğrudan bir veriye ulaşılamamış fakat Dijital göçmenler jenerasyonu ve Dijital Yerliler Jenerasyonunda bu konularla ilgili gözle görülür bir farkındalık olduğu göze çarpmaktadır.

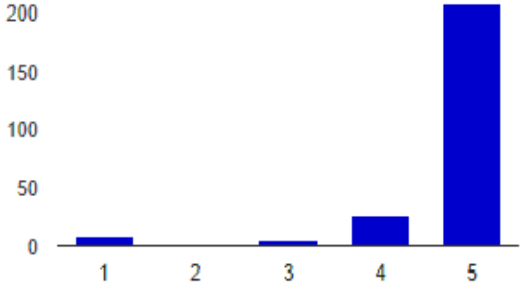
Grafik 2: Ankete katılan deneklerin gelir dağılımları



0-1000 TL	**95**	37.8%
1000 TL - 2500 TL	**63**	25.1%
2500 TL - 4000 TL	**60**	23.9%
4000 TL üzeri	**33**	13.1%

Dördüncü soruda katılımcıların dünyadaki kaynakların geleceğiyle ilgili ne düşündüklerini öğrenmek adına kaynakların gelecekte tükenip tükenmeyeceği konusu ile ilgili ne düşündükleri sorulmuş ve 207 kişilik %83.5 gibi büyük bir çoğunluk önlem alınmazsa dünyadaki doğal kaynakların geleceğinin kesinlikle olmayacağını ve gelecekte tükeneceğini düşündüklerini söylemişlerdir. Bunun yanında %10.5' lik kısmı oluşturan 26 kişilik bir grup konuya katıldığını belirtmiş %2'lik 5 kişiyi oluşturan grup çekimser kalmış 2 kişi %0,8'lik oranla kaynakların gelecekte tükeneceği konusuna katılmadığını belirtmiş 8 kişilik bir grup ise %3.2'lik bir oranla kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Elimizdeki bu veriler ışığında kaynakların geleceğiyle ilgili farkındalığın yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Grafik 3: Önlem alınmaması durumunda dünyadaki doğal kaynakların tükeneceğini düşünenler.

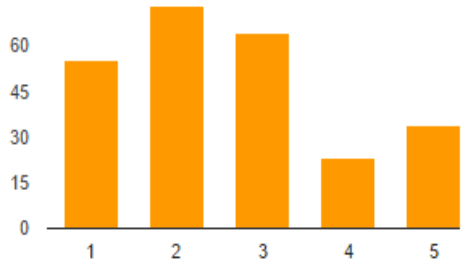


Kesinlikle katılıyorum: 5	**207**	83.5%
Kesinlikle katılmıyorum: 1	**8**	3.2%
2	**2**	0.8%
3	**5**	2%
4	**26**	10.5%

Beşinci soruya geldiğimizde ise katılımcılardan "Yeşil Marka" denildiğinde akıllarına ne geldiği sorulmuştur ve 140' a yakın katılımcı aklına gelen markaları yazmışlardır. Bu bilgiler ışığında verilen spesifik marka cevaplarını ele alırsak insanların Yeşil ve Sürdürülebilirlikle ilgili akıllarına gelen ilk marka 12 kişiyle GREENPEACE olmuş. Bunu 11 kişiyle TEMA takip etmiş bunları 10'ar kişiyle BOSCH ve TOYOTA takip etmiş, bunları 8 kişiyle TESLA MOTOR, 6 kişiyle İKEA, 4 kişiyle ADİDAS 3'er kişiyle NİKE ve UNİLEVER takip etmiştir.

Altıncı soruda katılımcılara şirketlerin, firmaların veya kurumların yaptığı sürdürülebilir ya da yeşil çalışmaların, doğal kaynakların gelecekte de varlığını sürdürmesinde etkili olup olamayacağı sorulmuştur. 55 kişilik bir grup %22.1'lik oranla bu çalışmaların kesinlikle yeterli olmayacağını, 73 kişilik bir grup ise %29.3'lük oranla yeterli olmayacağını düşündüğünü söylemiş 64 kişilik bir grup ise %25.7'lik bir oranla çekimser kalmıştır. 23 kişilik bir grup %9.2'lik bir oranla yapılan sürdürülebilirlik çalışmalarının doğal kaynakların gelecekte de var olmasını sağlayabileceği konusuna katıldığını belirtmiş, 34 kişilik bir grup ise %13.7'lik bir oranla sürdürülebilirlik çalışmalarının doğal kaynakların gelecekte de varolmasında kesinlikle etkili olacağını düşündüğünü belirtmişlerdir. Bu bilgiler ışığında yapılan sürdürülebilirlik çalışmalarının yeterli olmadığını düşünenlerin çoğunlukta olduğunu söylemek mümkündür.

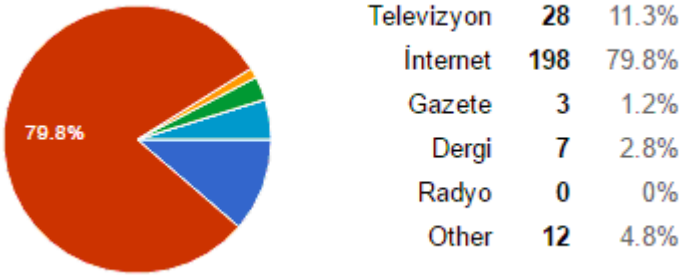
Grafik 4: Kurumların ve şirketlerin sürdürülebilirlik çalışmaları doğal kaynakların geleceğini garanti altına alabilir mi?



Kesinlikle katılmıyorum: 1	55	22.1%
2	73	29.3%
3	64	25.7%
4	23	9.2%
Kesinlikle katılıyorum: 5	34	13.7%

Yedinci soruda ise katılımcılara sürdürülebilir marka, kurum, ürün veya çevre ile ilgili konularda nasıl bilgi edindikleri sorulmuş; 28 kişilik bir grup %11.3'lük bir oranla televizyondan bilgi edindiğini belirtmiş, bunun yanında 198 kişi %79.8'lik bir oranla İnternetten bilgi edindiğini belirtmiş, 3 kişilik bir grup %1.2'lik oranla gazeteden, 7 kişilik bir grup %2.8'lik bir oranla dergilerden bilgi edindiğini belirtmiş ve 12 kişilik bir grup ise %4.8 lik bir oranla diğer yollardan bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. Bu bilgilere bakarak: insanların büyük çoğunluğu Sürdürülebilirlik ve Yeşil ile ilgili konuları internetten öğrenmiştir ve bu bilgiler ışığında İnternetin insanları bilinçlendirmek adına etkili bir araç olduğunu söyleyebiliriz.

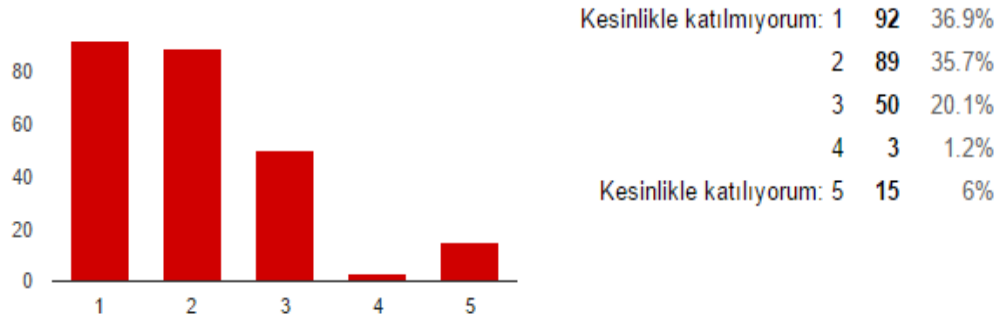
Grafik 5: Katılımcıların Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularını nasıl öğrendikleri konusu.



Sekizinci soruda katılımcılara sürdürülebilirlik ve yeşil konularında yazılı ve görsel basında verilen bilgilerin yeterli olup olmadığı sorulmuş, 92 kişilik bir grup %32.9'luk bir oranla kesinlikle yeterli olmadığını belirtmiş, 89 kişi %35.7'lik bir oranla yeterli olmadığını belirtmiş, 50 kişilik bir grup ise %20.1'lik oranla çekimser kalmıştır. 3 kişilik bir grup %1.2'lik bir oranla Sürdürülebilirlik ve yeşil konularıyla ilgili verilen bilgilerin yeterli olduğunu düşündüğünü belirtmiş 15 kişilik bir grup ise yazılı ve görsel basında Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularıyla ilgili verilen bilgilerin % 6'lık oranla kesinlikle yeterli olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Bu bilgilerden yola çıkarak söyleyebiliriz ki: katılımcıların büyük çoğunluğu sürdürülebilirlik ve

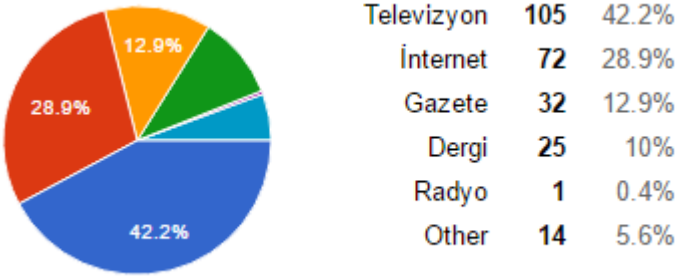
yeşil konularında, yazılı ve görsel basında verilen bilgilerin yetersiz olduğunu düşünmektedirler.

Grafik 6: Katılımcılara sorulan yeşil ve sürdürülebilirlik ile ilgili konuların yazılı ve görsel basında yeterince yer alıp almadığı konusu.



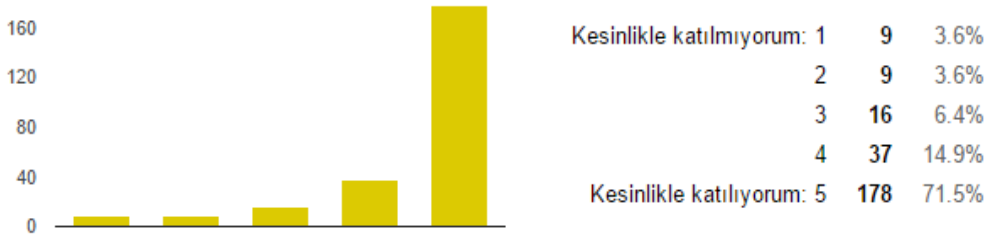
Dokuzuncu soruda katılımcılara Sürdürülebilirlik ve Yeşil konularındaki bilgilerin hangi kaynaktan kendilerine ulaşırsa güvenilir olabileceğini düşündüklerini soruldu ve 105 kişilik bir grup %42.2' lik bir oranla Televizyon, 72 bir kişilik grup %28.9'luk bir oranla İnternet, 32 kişilik bir grup %12.9'luk bir oranla gazete, 25 kişilik bir grup %10'luk bir oranla dergi 1 kişi %0.4'lük oranla Radyo 14 kişilik bir grup ise %5.6'lık bir oranla Diğer basın yayın yolları cevaplarını vermiştir. Buradan yola çıkarsak Televizyon ve İnternetin farkındalık yaratmak ya da bilgi sağlamak adına iki önemli araç olduğunu söylemek mümkündür.

Grafik 7: Sürdürülebilirlik ve Yeşil Konularında kaynağın güvenilirliği



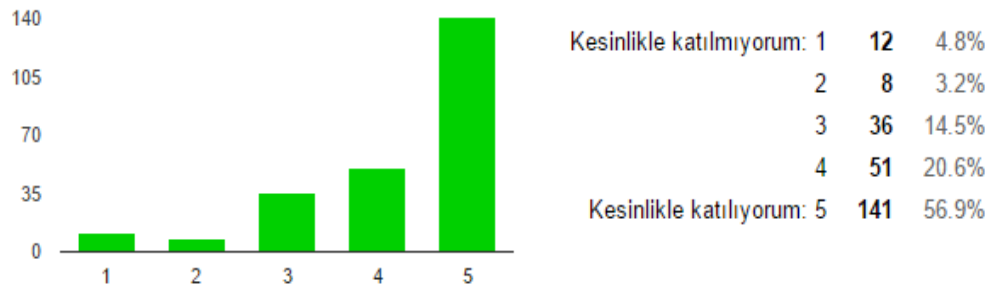
Onuncu soruda katılımcılara sürdürülebilir politikaları hassasiyetle uygulayan kurumların ve ürünlerin daha fazla tercih edilmesi gerekip gerekmediğini sorduk 178 kişilik bir grup %71.5'lik bir oranla kesinlikle gerektiğini, 37 kişilik bir grup %14.9'luk bir oranla gerektiğini belirtmiş 16 kişilik bir grup ise %6.4'lük bir oranla çekimser kalmıştır. 9 kişi %3.6'lık bir sürdürülebilir politikaları uygulayan kurumların ve ürünlerin daha fazla tercih edilmemesi gerektiğini belirtmiş, bir başka 9 kişi ise yine %3.6'lık oranla kesinlikle daha fazla tercih edilmemesi gerektiğini söylemiştir. Bu bilgilerden yola çıkarak ezici bir çoğunluğun sürdürülebilir politikaları uygulayan kurum ve ürünlerin daha fazla tercih edilmesi gerektiğini düşündükleri görülmektedir.

Grafik 8: Sürdürülebilir politikaları uygulayan kurum ve ürünlerin tercih edilebilirlik istatistikleri.



On birinci soruda katılımcılara çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünlerle ilgili olumlu fikirlere sahip olup olmadıkları soruldu. Bunlardan 141 tanesi %56.9'luk oranla kesinlikle olumlu fikirlere sahip olduğunu belirtmiş, 51 kişi %20.6'lık oranla olumlu fikirleri olduğunu belirtti ve 36 kişi %14.5 oranla çekimser olarak cevap vermişlerdir. Bunun yanında 8 kişi %3.2'lik oranla çevreye ve doğaya zararı olmayan ürünlerle ilgili olumsuz fikirlere sahip olduğunu belirtmiş, 12 kişi ise %4.8'lik oranla bu konuyla ilgili kesinlikle olumsuz fikirlere sahip olduklarını belirmişlerdir. Bu bilgilerden yola çıkarak katılımcılardan 192 kişi gibi bir çoğunluk %77.5 gibi bir oranla çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünlerle ilgili olumlu görüş beyan etmişlerdir.

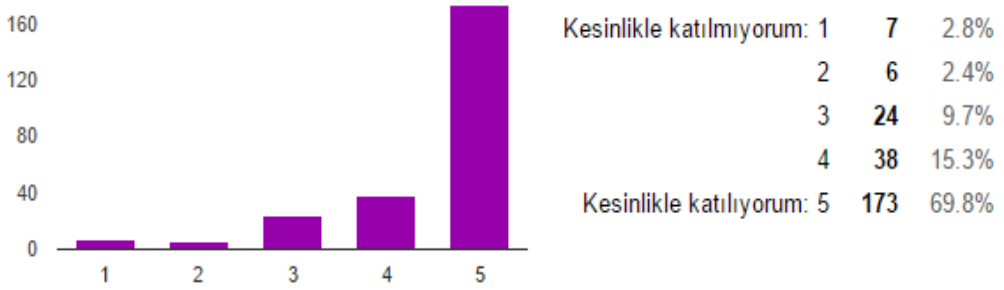
Grafik 9: Çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünlerle ilgili olumlu ya da olumsuz fikirlere sahip olma istatistikleri.



On ikinci soruda ise katılımcılara çevreye zararı olan ürünler ve olmayan ürünler arasında fiyat dengesizliği yok ise çevreye zararlı olmayan ürünleri tercih edip etmeyeceklerini sorduk.

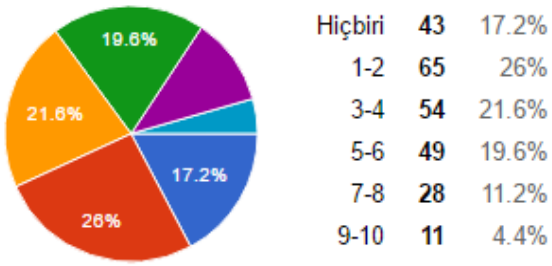
173 kişi % 69.8'lik bir oranla kesinlikle tercih edeceğini 38 kişi 15.3'lük bir oranla tercih edeceğini belirmiş 24 kişi ise %15.3'lük bir performansla çekimser olduğunu belirtmiştir. 6 kişi ise %2.4'lük bir oranla çevreye zararsız ürünleri diğerlerine tercih etmeyeceğini belirtmiş ve bir diğer 7 kişi ise %2.8'lik bir oranla kesinlikle bu ürünleri zararlı ürünlere tercih etmeyeceğini belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında söyleyebiliriz ki 211 kişilik bir grup ki büyük çoğunluğu kesinlikle çevreye zararı olmayan ürünleri tercih edeceğini belirtmiştir, %85.1'lik bir oranla çevreye zararı olmayan ürünlerle ilgili olumlu görüş bildirmiştir.

Grafik 10: Çevreye zararı olmayan ürünlerin çevreye zararı olan ürünler karşısında tercih edilme seviyesi.



On üçüncü soruya geldiğimizde katılımcılara satın aldıkları 10 üründen kaç tanesini satın alırken çevresel duyarlılık taşıyarak satın aldıkları sorulmuştur ve cevaplar şu yöndedir: 11 kişi %4.4'lük bir oranla on üründen en az on tanesini a da dokuz tanesini alırken çevresel duyarlılık taşıdığını belirtmiş, 28 kişi %11.2'lik bir oranla 10 üründen 7-8 tanesini alırken çevresel duyarlılığına göre tercih kullandığını belirtmiş, 49 kişi %19.6'lık bir oranla on üründen 5-6 tanesini alırken çevresel duyarlılığına göre tercih ettiğini belirtmiş, 54 kişi %21.6'lık bir oranla on üründen 3-4 tanesini alırken çevresel duyarlılığına göre hareket ettiğini söylemiş, 65 kişi ise %26'lık bir oranla on üründe sadece 1-2 tanesini alırken çevresel duyarlılık gösterdiğini belirtmiştir. 43 kişi ise %17.2'lik bir oranla satın-alma davranışında bulunurken çevresel duyarlılık taşımadıkları konusunda görüş belirtmişlerdir. Buradan yola çıkarak insanların büyük bir çoğunluğunun satın-alma davranışında bulunurken çevresel duyarlılıklarının bu satın-alma davranışlarına doğrudan etki ettiğini söylemek mümkündür.

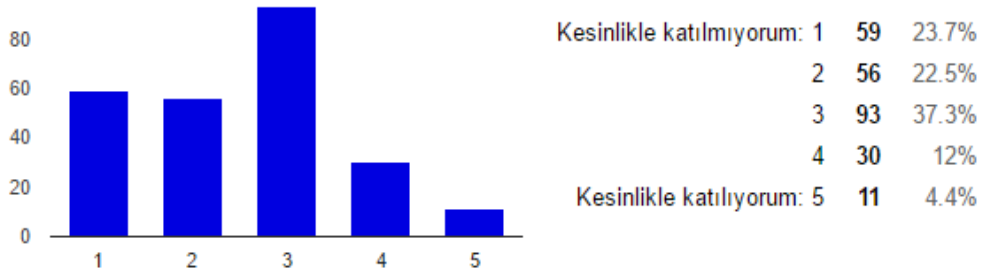
Grafik 11: Satın-alma davranışında bulunurken on üründen ortalama kaç tanesinde çevresel duyarlılığın etkili olduğu.



On dördüncü soruya geldiğimizde ise katılımcılara ürünün niteliği çok iyi bile olsa çevreye zarar verdiğini bile bile satın-alma davranışında bulunup bulunmayacakları soruldu. 59 kişi 23.7'lik bir oranla ürünü kesinlikle tercih etmeyeceğini, 56 kişi %22.5'lik bir oranla tercih etmeyeceğini belirtmiş 93 kişi ise %37.3'lük bir oranla çekimser olduğunu belirmiştir.30 kişi %12'lik bir oranla ürünün niteliği iyiyse çevreye zararlı bile olsa tercih edeceğini belirtmiş 11 kişi ise %4.4'lük bir oranla çevreye zararlı olan ürünü kesinlikle tercih edeceğini belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında

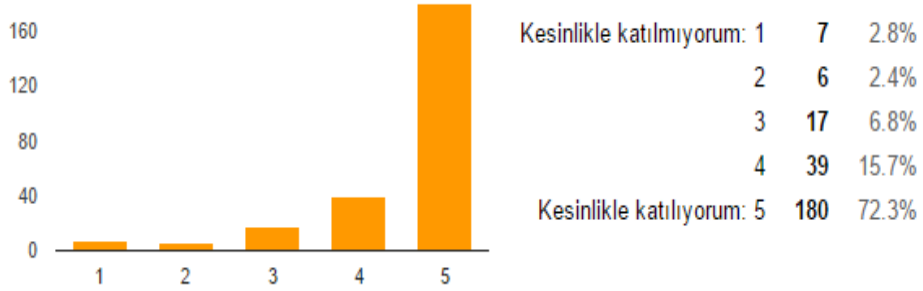
niteliği çok iyi bile olsa katılımcılar satın-alma davranışında bulunurken ürün çevreye zararlı ise bu ürünü tercih etmeyeceklerini belirtmişlerdir.

Grafik 12: Ürünlerin niteliği çok iyi bile olsa çevreye zararlıysa katılımcılar tarafından tercih edilip edilmeyecekleri.



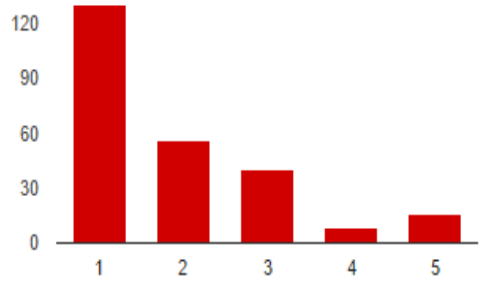
On beşinci soruya geldiğimizde katılımcılara çevreci ürünlerin gelecek nesillerinde bu kaynaklardan yararlanabilmesi adına etkili olup olamayacağı soruldu; 181 kişilik bir grup %72.3'lük bir oranla kesinlikle etkili olacağını, 39 kişilik bir grup ise %15.7'lik bir oranla etkili olacağını düşündüğünü belirtmiştir. 17 kişilik bir grup %6.8 oranla çekimser kalmış 6 kişilik bir grup %2.4'lük bir oranla çevreci ürünlerin gelecek nesillerin de doğal kaynakları kullanması bakımından etkili olmayacağına inandığını söylemiş 7 kişi ise %2.8'lik bir oranla çevreci ürünlerin gelecek nesillerin de doğal kaynakları kullanması adına kesinlikle etkili olamayacağını belirtmişlerdir. Bu bilgiler ışığında büyük bir çoğunluğun çevreci ürünlerin gelecek nesillerin de doğal kaynaklardan yararlanması adına etkili olduğuna inandığı söylenebilir.

Grafik 13: Çevreci ürünler gelecek nesillerin de doğal kaynaklardan yararlanması adına etkili olabilir mi?



On altıncı soruya geldiğimizde ise insanların siyasi tercihlerine hiç değinmeden hükümetlerin ve siyasi kurumların sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarının yeterli olup olmadığı soruldu. 130 kişi %52'lik bir oranla kesinlikle yeterli olmadığını düşündüğünü belirtmiş, 56 kişi %22.4'lük bir oranla yeterli olmadığını düşündüğünü belirtmiş ve 40 kişi %16'lık bir oranlar çekimser olduğunu belirtmiştir. 8 kişilik bir grup %3.2'lik bir oranla hükümetlerin ve siyasi kurumların yeşil ve sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmalarını yeterli bulduğunu söylemiş 16 kişilik bir grup ise %6.4'lük bir oranla kesinlikle yeterli olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Bu verilerden yola çıkarak söyleyebiliriz ki katılımcılar büyük çoğunlukla hükümetin ve siyasi kurumların yeşil ve sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarını yetersiz bulmaktadırlar.

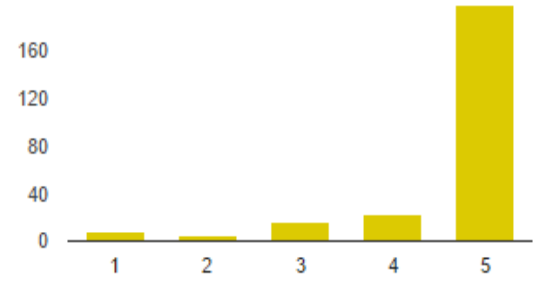
Grafik 14: Siyasi kurumların ve hükümetlerin yeşil ve sürdürülebilirlik konusundaki çalışmaları yeterlidir.



Kesinlikle katılmıyorum: 1	130	52%
2	56	22.4%
3	40	16%
4	8	3.2%
Kesinlikle katılıyorum: 5	16	6.4%

On yedinci soruda katılımcılara ambalaj konusunun geri dönüştürülebilir ya da çevreye zararsız oluşunun önemli olup olmadığı soruldu ve 198 kişilik bir grup %79.5'lik bir oranla kesinlikle önemli olduğunu, 22 kişi %8.8'lik oranla önemli olduğunu belirtmiş, 16 kişi ise %16.4'lük oranla çekimser kalmıştır. Bunun yanında 5 kişi %2'lik oranla önemsiz olduğunu belirtmiş 8 kişi ise %3.2'lik oranla ambalajların geri dönüştürülebilir ya da çevreye zararsız oluşunun kesinlikle önemsiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu bilgiler ışığında katılımcıların ezici bir çoğunluğunun ambalaj ve bunların çevreye zararsız oluşları konusunun önemli olduğunu düşündüklerini belirttikleri görülmektedir.

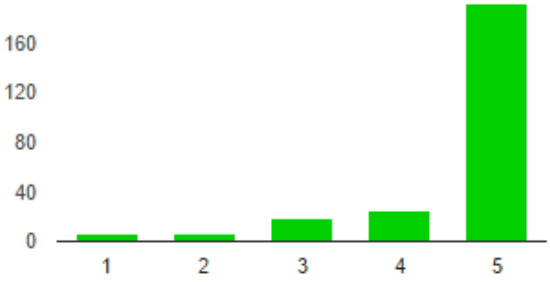
Grafik 15: Satın alınan ürünlerin ambalajlarının geri dönüştürülebilir ya da çevreye zararsız oluşu önemli bir konudur.



Kesinlikle katılmıyorum:	1	8	3.2%
	2	5	2%
	3	16	6.4%
	4	22	8.8%
Kesinlikle katılıyorum:	5	198	79.5%

On sekizinci soruda ise gelecek nesillerin de doğal kaynaklardan yararlanabilmesi adına enerji tasarrufunun ve enerji tasarruflu ürünlerin önemli olup olmadığı soruldu. 192 kişilik bir grup %77.4'lük bir oranla kesinlikle önemli olduğunu belirtmiş 25 kişi ise %10.1'lik oranla önemli olduğunu belirtmiş 18 kişi ise %7.3'lük oranla çekimser kalmıştır. Bunların yanında 7 kişi %2.8'lik oranla enerji tasarrufunun ve enerji tasarruflu ürünlerin gelecek nesillerinde doğal kaynaklara ulaşabilmesi açısından önemli olmadığını belirtmiş 6 kişi ise %2.4'lük bir oranla kesinlikle önemli olmadığını belirtmişlerdir. Bu veriler ışığında söylenebilir ki enerji tasarrufu ve enerji tasarruflu ürünler gelecek nesillerin de doğal kaynaklara ulaşabilmesi açısından önem arz etmedir. En azından katılımcıların büyük bir çoğunluğu bu yönde düşünmektedirler.

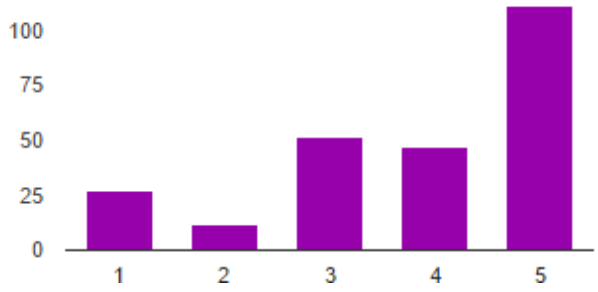
Grafik 16: Enerji tasarrufunun ve enerji tasarruflu ürünlerin gelecek nesillerinde bu kaynakları kullanması açısından önemi.



Kesinlikle katılmıyorum:	1	6	2.4%
	2	7	2.8%
	3	18	7.3%
	4	25	10.1%
Kesinlikle katılıyorum:	5	192	77.4%

On dokuzuncu soruda katılımcılara dünyanın geleceğini önemseyen iyi bir gelecek planı olan partilerin ve siyasi kurumların insanların üzerinde pozitif etki bırakıp bırakmadığı soruldu. 111 kişilik bir grup %44.8'lik bir oranla iyi bir gelecek planı olan partilerin insanlar üzerinde kesinlikle pozitif bir etki bıraktığını belirtmişler 47 kişilik bir grup ise %19'luk bir oranla pozitif etki bıraktığı konusuna katılmışlar 51 kişilik bir grup %20.6'lık bir oranla çekimser kalmış 12 kişilik bir grup %4.8'lik bir oranla partilerin ve siyasi kurumların iyi bir gelecek planına sahip olmasının pozitif bir etki bırakmadığını 27 kişi ise %10.9'luk bir oranla kesinlikle pozitif bir etkisinin bulunmadığını belirtmişlerdir. Katılımcılardan edinilen bu bilgiler ışığında partilerin ve siyasi kurumların iyi bir gelecek planına sahip olması son derece önem arz etmektedir.

Grafik 17: Partilerin ve siyasi kurumların iyi bir gelecek planına sahip olmasının insanlar üzerinde pozitif bir etki bırakıp bırakmadığının incelenmesi



Kesinlikle katılmıyorum:	1	**27**	10.9%
	2	**12**	4.8%
	3	**51**	20.6%
	4	**47**	19%
Kesinlikle katılıyorum:	5	**111**	44.8%

SONUÇ

Özellikle sanayi devriminden sonra endüstrinin ve teknolojinin gelişmeye başlamasıyla birlikte yaşanan süreçte, insan nüfusu kayda değer bir şekilde artış göstermiştir. Gelişmeler aynı zamanda insan ihtiyaçlarının daha da çeşitlenmesine neden olmuş, dolayısıyla bu durum kirliliğe ve doğal kaynakların tükenmesine ya da zarar görmesine neden olmaya başlamıştır. Yeryüzünde istisnasız her insan yaşamını yeryüzünün insana sağladıklarıyla sürdürmektedir ve şu anki teknolojimizle bunu başka bir yerden temin etmemize imkan yoktur.

Kaynaklara baktığımızda örneğin dünya'daki canlı hayatının bir parçası olan böceklerin ortadan kalkması durumunda 4 yıl içinde canlı hayatının büyük darbe yiyeceği ve gerilemeye başlayacağı, kimi kaynaklarda otuz kimi kaynaklarda ise kırk yıl sonra canlı hayatının durma noktasına geleceği fakat insanın yeryüzünde ortadan kalkması durumunda ekolojik hayatın kendi kendini yenilemeye başlayacağı, on beş yıl içinde ise tehlikesiz değerleri yakalayıp gelişerek devam edeceğinin üzerinde durulmaktadır. Yani ilk olarak bilmemiz gereken doğanın ve ekolojik hayatın bize değil bizim ekolojik hayata bağlı olduğumuz gerçeğidir. Şu anda teknolojimiz hangi noktaya ulaşırsa ulaşsın ekolojik hayata en büyük tehdit insan faktörünün kendisidir.

Çalışmanın ilk bölümünde doğanın bizim bir parçamız değil bizim doğanın bir parçası olduğumuz ve bazı sınırları aşmamamız gerektiği üzerinde durduk. Öncelikle ekolojiyle ilgili farkındalığımız dünden bugüne oluşmamıştır. İnsanoğlu bununla ilgili önemli sınavlar vermiş büyük travmalar yaşamıştır. İşte sürdürülebilirlik bilincinin ortaya çıkmasında önemli rol oynayan bu travmaların en önemliliklerinin üzerinde durularak Sürdürülebilirlik kavramı somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde ise Yeşil ve Sürdürülebilirlik kavramının yerel ve küresel örneklerinden bahsedilmiş ve dünyadaki ve ülkemizdeki siyasal yansımalarına da değinilmiştir. Konunun siyasal açıdan da öneminin anlaşılması için ABD ve Türkiye'deki siyasi partilerin üzerinde durulmuş, konunun basına yansımaları incelenerek önemine vurgu yapılmıştır.

Daha sonra Sürdürülebilirlik kavramının önemli bir parçası olan ve literatürde "Grening" olarak geçen bizim ise "Yeşil" olarak çevirdiğimiz kavram üzerinde durulmuştur. Bu kavram daha yeni yeni hayatımıza girmekte olup "Yeşil İletişim" kavramının geleceğiyle ilgili bize ipuçları vermektedir. Bu bölümde insanların değişen tüketim alışkanlıkları üzerinde durulmuş, insanların değişen satın alma davranışlarına ve seçimlerine değinilerek gerek ekonomik gerekse de iletişim yönünden gelecek yıllarda yapılacak veya yapılması gerekecek değişimlere yönelik ipuçları verilmiştir. Çalışmada Sürdürülebilirlik ve Yeşil kavramları açıklanmaya çalışılmış ve bunlar iletişim yaklaşımıyla değerlendirilmiş, yapılan yerel-küresel incelemelerle konunun öncelikle insan daha sonra bir iletişimci açısından önemi somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

Son bölümde yapılan anket çalışmasında ise anket yapılmadan önce sorular üç ana amaca yönelik bilgi toplamak maksadıyla hazırlandı. Bunlardan ilki digital yerliler ve dijital göçmenler jenerasyonlarının günümüz sanayi toplumlarının sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarını yeterli bulup bulmadıklarıydı. Buna yönelik sorulan sorular ışında elde edilen verilere göre büyük bir çoğunluğun bu konuda yapılan çalışmaları yeterli bulmadığı ortaya çıktı. Bunun yanında ikinci amaç insanların; firmaların yaptığı sürdürülebilirlik çalışmalarını hangi kanallardan öğrendiğiydi. Buna yönelik sorulan soruların cevaplarına göre söylenebilir ki dijital yerlilerin çok büyük çoğunluğu dijital göçmenlerinde yarıdan fazlası bilgi kaynağı olarak interneti kullanmaktadır. Yani sürdürülebilirlik çalışmalarının insanlara duyurulması anlamında internet kanalı kullanmak insanlara ulaşmak adına veriler ışığında en etkili araç olarak görünmektedir. Bundan sonra gelen en etkili kanal ise Televizyon olarak görülmektedir. Anket çalışması yaparken ulaşmak istediğimiz üçüncü amaç ise Sürdürülebilirlik çalışmalarının satın-alma davranışları üzerindeki rolünü ölçümlemekti. Yine bu konudaki veriler bize gösterdi ki hem dijital yerliler hem de dijital göçmenler satın alma davranışında bulunurlarken bilinçli davranmaktalar ve iyi bir "yeşil" ya da "sürdürülebilirlik" politikası olan ürün ve şirketleri ön planda tutup büyük oranda bu ürün ve hizmetlere yönelik satın-alma davranışında bulunmaktadırlar. Yapılan anketin güvenilirlik katsayısı endeksi

a=0,850 bulunmuştur ve sıfırdan sonra sekiz üzeri not alan araştırmalar oldukça güvenilir olarak sınıflandırılmaktadır.

Sonuç olarak bu çalışma bize gösterdi ki gelişmiş ülkelerde olduğu ölçüde olmasa da ülkemizde de gözle görülür bir sürdürülebilirlik bilinci oluşmuş ve bundan sonra ticaret yapmak firmalar ya da oy toplamak isteyen partiler gelecek adına iyi bir sürdürülebilirlik çalışması ya da projesi ortaya koyarlarsa daha başarılı olacaklarını veriler ışığında rahatlıkla söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

Akdeniz Ar, Aybeniz: **Yeşil Pazarlama; tekstil sektöründen Örneklerle**, Beta Basım A.Ş, 1. Baskı, Şubat 2011,İstanbul

Aktuğlu, Işıl Karpat: **Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler**, İstanbul: iletişim Yayınları, 2004

Clarke, B. Smith; R. Feachem: "**The Structure of Permanence: The Relevance of Self-Subsistence Communities for World Ecosystem Management," in Subsistence and Survival: Rural Ecology in the Pacific** London: Academic Pres. 1977.

Goudie A.: **The Human Impact on the Natural Environment**. 6th ed. Oxford: Blackwell Publishing. 2005

Kuduz, Necla; Zerenler, Muammer: **Yeşil Pazarlama**, Nobel Yayıncılık,1.basım,Temmuz 2013

Peltekoğlu, Filiz Balta: **Halkla İlişkiler Nedir**?, Beta Yayınları,8. Baskı, İstanbul, 2012,

M.J. Polonsky and P.J. Rosenberger: **Reevalutaing Green Marketing: A Strategic Approach**, Business Horizons 2011

Okay, Ayla; Okay Aydemir: **Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları**,4.basım, Der Yayınevi 2013

Ottman, Jacquelyn A: **The New Rules of Green Marketing, Strategies, Tools, and İnspration for Sustainable Branding**, Berrett Koehler Publishers, California, 2011

Saraçoğlu, Gamze Varol: **Çernobil Nükleer Kazası Sonrası Türkiye'de Kanser,** Türk Tabipler Birliği Yayınları 1. Baskı, Nisan 2006,

Xepapadeas, Anastasios: "Ecological economics". **The New Palgrave Dictionary of Economics 2nd Edition,** Palgrave MacMillan (2008).

W.Little,H;W.Fowler;J.Coulson;C.T.Onions: **The Shorter Oxford English Dictionary** Clerandon Press 1964

Zıllıoğlu, Merih: **İletişim Nedir?**, İstanbul: Cem Yayınevi, 2007

Makaleler ve Dergiler

Alagöz, Selda Başaran: **Yeşil Pazarlama ve eko etiketleme**, Akademik Bakış e-dergisi, Sayı:11, Ocak 2007

Armağan, Ece: **Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Aydın Bölgesindeki Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma,** Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:6 Sayı:1 2014

Baykan, Barış Gencer: **Dünya Çevre Liginde neredeyiz?,** Ekoloji Magazin 23. Sayı, Temmuz-Eylül 2009

Doğaner, Mustafa: **"Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Pazarlama Anlayışı",** Pazarlama Dünyası Dergisi, Mart/Nisan 2004

Hussein, Azize Tunç; Cankül, Duran: **"Üniversite Öğrencilerinin Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Kapsamında Çevreye İlişkin Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma"**, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2010,Sayı:1,

IUCN/UNEP/WWF **"Caring for the Earth: A Strategy for Sustainable Living."** Gland, Switzerland. 1991

Oxford: Clarendon Press. William R. Black**,** **Sustainable transportation:A US Perspective** Volume 4, Issue 3, September 1996

Robin, L.: **"The 'Big Here and the Long Now': agendas for history and sustainability." Fenner School of Environment and Society, Australian National University/Centre for Historical Research**, National Museum of Australia. 2008

Turhan, Şule **Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım**, Tarım Ekonomisi Dergisi 2005, Sayı:11

Yavuz, Şenay **Yeşil Halkla İlişkiler ve İkna**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,2009ü Sayı:37, S.136

Yavuz, V.Alpagut: **Sürdürülebilirlik kavramı ve İşletmeler açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri**, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,2010 Cilt:7 Sayı:14

World Wide Fund for Nature Living Report, BBC News (August 2008). In depth: **"Climate Change."** BBC News, UK. Retrieved on: 2009-03-14

Tezler

Özhan, Pınar İ**letişim Boyutuyla Yeşil Pazarlama ve Bir Kampanya Analizi,** Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2009

Şua, Esra **Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünleri Kullanma**

Eğilimleri, İstanbul Üniversitesi Y.Lisans Tezi, İstanbul 2012

Elektronik

Alagöz, Selda Başaran — **Yeşil Pazarlama ve eko etiketleme**, Akademik Bakış e-dergisi, Sayı:11, Ocak 2007,Çevrimiçi, http://www.akademikbakis.org/eskisite/sayi11/makale/seldabasaran.pdf, 03 Nisan 2016.

Alcamo, Joe: — University of Copenhagen (March 2009). **"Key Messages from the Congress." Proc. International Scientific Congress on Climate Change**, Çevrimiçi, https://www.mavt.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/mavt/process-engineering/separation-processes-laboratory-dam/documents/People/IARU2009_Keymessages.pdf, S.2-3, 10 Ocak 2015.

Arora, Anchal: — **The Role of Income Level in Green Consumer Behavior**, Çevrimiçi, http://www.academia.edu/9298431/The_Role_of_Income_Level_in_Green_Consumer_Behavior_Multigroup_Structural_Equation_Model_Analysis, 10 Mayıs 2016.

Arslantaş, Asya: — **Çernobili Yaşamak**, Çevrimiçi, https://cernobiliyasamak.wordpress.com/category/yazilar-makaleler/, 10 Ekim 2015.

Aydın, Öykü Didem — **Yakın geçmişte yaşanan önemli bir çevre sorun; Körfez Savaşı ve Çevresel Etkileri**, Çevrimiçi, http://www.edebiyatvehukuk.org/yakin-gecmiste-yasanan-onemli-bir-cevre-sorunu-korfez-savasi-ve-cevresel-etkileri.html, 25 Şubat 2015.

Bozlağan, Recep — **Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı**, Çevrimiçi, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iusskd/article/viewFile/1023000277/1023000261,02 Ocak 2016.

Cutler J. Clevelad: — **Deepwater Horizon Oil Spill**, Çevrimiçi, http://www.bu.edu/sustainability/deepwater-horizon-oil-spill/ 05 Eylül 2015.

Engin, Övgü; Türk, Zehra — YeşilPazarlama Dergisi Yıl:7,sayı:78,Haziran2004, Çevrimiçi, http://www.mevzuatdergisi.com/2004/06a/01.htm, 05 Nisan 2015.

Hickman, Matt — **Green Product Symbols you should recognize**, Çevrimiçi, http://www.mnn.com/money/sustainable-business-practices/stories/green-product-certification-21-symbols-you-should, 05 Ekim 2016

Hill, Adriene: — **What We Have Learned From Exxon Valdez**, Çevrimiçi http://www.marketplace.org/topics/sustainability/25-years-after-exxon-valdez-crisis-weve-learned, 06 Mayıs 2015.

H R.Kaufmann, M.F.A.K.Panni,Y.Orphanidou**, Factors Affecting Consumers Green Purchaising Behaviour**, Çevrimiçi, http://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Article_1100.pdf S. 59-60, 10 Mayıs 2016.

Hurmi, Ayşe Bahar: — **Bush ve Obama Karşılaştırması Çerçevesinde Amerikan Dış Politika Analizi**, Çevrimiçi, http://alternatifpolitika.com/makale/bush-ve-obama-karsilastirmasi-cercevesinde-amerikan-dis-politika-analizi, 23Ekim 2016

Ian Farlie, David Sumler: **The Other Report On Chernobyl**, Çevrimiçi, http://www.chernobylreport.org/torch.pdf, 20 Aralık 2015.

Iain Russell Black, Helene Cherrier: **Anti Comsumption as Part of Living a Sustainable Lifestyle**, Çevrimiçi, http://www.researchgate.net/profile/Iain_Black/publication/48381222_Anti-consumption_as_part_of_living_a_sustainable_lifestyle_Daily_practices_contextual_motivations_and_subjective_values/links/02e7e5295f6f10c824000000.pdf, 10 Aralık 2014.

Indra Sinha: **Bhopal:25 years of poison, Guardian**, 3 Aralık 2009, Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2009/dec/04/bhopal-25-years-indra-sinha 02. Nisan 2015.

James, Paul **Sustainability;theory and Practise**, Çevrimiçi http://www.academia.edu/9294719/Urban_Sustainability_in_Theory_and_Practice_Circles_of_Sustainability_2015_. 05 Haziran 2015.

Jayaprakash, N.D: **The Path to to Sustainable Development: Lessons from the Bhopal Disaster** Çevrimiçi, http://newsclick.in/india/path-sustainable-development-lessons-bhopal-disaster, 11 Kasım 2014.

Kumar, Vikash **Impact of Gender on Consumer Purchase Behavior**, Çevrimiçi, http://www.academia.edu/7831247/IMPACT_OF_GENDER_ON_CONSUMER_PURCHASE_BEHAVIOUR S.4, 10 Mayıs 2016.

Lindsey, Rebecca — **Aral Sea**, Çevrimiçi, http://earthobservatory.nasa.gov/Features/WorldOfChange/aral_sea.php, 01.Kasım 2014.

Malmberg, Kenneth B. — **The Role of Government Regulation and Leadership in İncreasing Sustainibility**,Çevrimiçi, http://patimes.org/role-government-regulation-leadership-increasing-sustainability/, 11 Temmuz 2016

Ottman, Jacquelyn A.: — **The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding,** Greenleaf Publishing Limited Ocak 2011, (Çevrimiçi),https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=uIDO3Gr104usC&oi=fnd&pg=PR9&dq=green+marketing+ottman&ots=0uUSxDK1yx&sig=hSw8u0_Wfq0zea8Zj03QvoQSac0&redir_esc=y#v=onepage&q=green%20marketing%20ottman&f=false, 10 Mayıs 2016.

Öz, Ecehan: — **Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları**, , Çevrimiçi http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/11/vol_3_no_12_Ecehan_OZ_Makale.pdf, 12 Eylül 2016.

Özçuhadar, Tuna — **Eko Tasarım Nedir**,Çevrimiçi, http://www.yesiloji.com/yesilhaber/eko-tasarim-nedir/,10 Nisan 2015

Özdemir, Biltekin: — **Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Çevre Vergileri**, Çevrimiçi, http://dergiler.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/156/01.Biltekin.Ozdemir.pdf, 10 Mayıs 2015.

Passikoff, Robert — **Top 50 Green Brands**, Çevrimiçi,http://www.forbes.com/sites/robertpassikoff/2015/04/22/americas-best-50-green-brands-earth-day-2015/ 28 Aralık 2015.

Qabil, Rustam — **Waiting For The Sea**, Çevrimiçi, http://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-a0c4856e-1019-4937-96fd-8714d70a48f7, 21 Ağustos 2014.

Sevinç, Semra — **Sürdürülebilir Marka Nedir?**, Çevrimiçi, http://www.halklailiskiler.com/surdurulebilir-marka-nedir.html, 21 Kasım 2015.

Schawbel, Dan: — **10 New Findings Abour Millenial Consumer**, Çevrimiçi, http://www.forbes.com/sites/danschawbel/2015/01/20/10-new-findings-about-the-millennial-consumer/2/, 03 Ocak 2015

Tolgalan, Hilal — **Exxon Valdez Çevre Felaketi**, Çevrimiçi, http://cevrefelaketleri.weebly.com/exxon-valdez.html, 05 Mayıs 2014.

Tolgalan, Hilal — **Aral Gölü**, Çevrimiçi, http://cevrefelaketleri.weebly.com/aral-goumlluuml.html, 21 Ağustos 2014.

Usmanova, Rokhat — **Aral Sea and Sustainable Development**, Çevrimiçi, http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12793660 03 Ekim 2015.

Yavuz, Şenay — **Yeşil Halkla İlişkiler ve İkna**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi,2009ü Sayı:37, S.136, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019007914

Yücel, Mustafa; Ekmekçiler Ü.S: — **Çevre Dostu Ürün Kapsamına Bütünsel Yaklaşım**, Çevrimiçi, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423879168.pdf, 02 Mart 2015.

Tina Ly, **Anlam İfade Eden Yeşil Markalar Hangileri,** Çevrimiçi, http://www.campaigntr.com/2013/07/02/46625/anlam-ifade-eden-yesil-markalar-hangileri/, 16 Aralık 2015.

Türkiye İstatistik Kurumu, Çevrimiçi, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=101210 Mayıs 2015.

T.C. Kalkınma Bakanlığı, **Türkiye'de sürdürülebilir Kalkınma ve Yeşil Ekonomi Alanında En iyi Uygulamamlar ve Başvuru ve Seçim Süreci,** Çevrimiçi, http://www.re.undp.org/content/dam/turkey/docs/news-from-new-horizons/UNDP-TR-Rio20_En_iyi_uygulamalar_başvuru_rehberi_son.pdf., 20 Ekim 2015.

T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.ncsa-turkey.cevreorman.gov.tr/rio-sozlesmeleri.aspx, 05 Şubat 2016

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.csb.gov.tr/db/ced/editordosya/cevre_sorun_2014.pdf, 14 Aralık 2014.

T.C. Dışişleri Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-cevre-konulari.tr.mfa, 10 Mayıs 2015.

T.C.Kalkınma Bakanlığı, Çevrimiçi, http://www.un.org.tr/Rio20_En_iyi_uygulamalar_basvuru_rehberi.pdf, 10 Mayıs 2015.

Çevrimiçi, http://www.basbakanlik.gov.tr/docs/KurumsalHaberler/64.hukumet_programi.pdf S.123,16 Mayıs 2015

Çevrimiçi, http://www.businessht.com.tr/guncel/haber/1166571-iklim-konferansinda-alinan-bes-onemli-karar, 06 Mayıs 2015

Çevrimiçi, http://www.theguardian.com/environment/2015/jun/02/everything-you-need-to-know-about-the-paris-climate-summit-and-un-talks, 06 Mayıs 2015.

Çevrimiçi, http://www.akparti.org.tr/site/hedef/2205/yasanabilir-bir-cevre-icin, 10 Temmuz 2015.

Çevrimiçi, https://www.chp.org.tr/Assets/dosya/chp-program-2015-01-12.pdf S.335-336, 10 Temmuz 2015.

Çevrimiçi, http://centerforsustainability.org/resources.php?root=91&category=91, 10 Haziran 2016

Çevrimiçi, http://www.greenwashingindex.com/about-greenwashing/, 02 Mart 2015.

Çevrimiçi, http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf, 21 Şubat 2014.

Çevrimiçi, http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sustainable, 22 Nisan 2015.

Çevrimiçi, http://www.eczacibasi.com.tr/tr/surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-stratejimiz, 03 Şubat 2015.

Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainability ,10 Aralık 2014.

Çevrimiçi, http://www.bbc.com/news/magazine-29833548 S.1-2, 10 Aralık 2015.

Çevrimiçi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Bhopal_felaketi, 10 Aralık 2015.

Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Chernobyl_disaster, 10 Aralık 2014.

Çevrimiçi, http://fotoanaliz.hurriyet.com.tr/galeridetay/35533/4369/1/tarihin-en-kotu-cevre-felaketleri, 20 Aralık 2015.

Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Kuwaiti_oil_fires, 20 Aralık 2016.

Çevrimiçi,http://tr.wikipedia.org/wiki/Kuveyt_petrol_yang%C4%B1nlar%C4%B1, 10 Ocak 2015.

Çevrimiçi, http://www.eoearth.org/view/article/152720/,16 Şubat 2015.

Çevrimiçi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Exxon_Valdez_kazas%C4%B1, 15 Şubat 2015.

Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Aral_Sea, 20 Ağustos 2014

Çevrimiçi,http://tr.wikipedia.org/wiki/BP_Deepwater_Horizon_petrol_s%C4%B1z%C4%B1nt%C4%B1s%C4%B1, 10 Mayıs 2015.

Çevrimiçi, http://www.ntv.com.tr/arsiv/id/25129937#storyContinued, 05 Aralık 2015.

Çevrimiçi, http://www.tr.undp.org/content/turkey/en/home/ourwork/environmentandenergy/in_depth, 05 Şubat 2015

Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 04 Mayıs 2016.

Çevrimiçi, http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/greening, 01 Şubat 2015.

Çevrimiçi, http://www.thefreedictionary.com/greening, 01 Şubat 2015.

Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 01 Şubat 2015.

Çevrimiçi, http://www.un.org/en/sections/general/un-and-sustainability/index.html, 10 Mayıs 2015.

Çevrimiçi, https://en.wikipedia.org/wiki/Aral_Sea, 20 Ağustos 2014.

Çevrimiçi,http://tr.wikipedia.org/wiki/BP_Deepwater_Horizon_petrol_s%C4%B1z%C4%B1nt%C4%B1s%C4%B1, 10 Mayıs 2015.

Çevrimiçi, http://www.ntv.com.tr/arsiv/id/25129937#storyContinued, 05 Aralık 2015.

Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 04 Mayıs 2016.

Çevrimiçi, http://en.wikipedia.org/wiki/Green_marketing#History, 01 Şubat 2015.

Çevrimiçi, https://www.urmc.rochester.edu/highland/about-us/press/article.aspx?id=-1082, 05 Mayıs 2016

Çevrimiçi, https://us.fsc.org/logo-use.249.htm, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://www.terrabellamtl.ca/en/certification-naturel.php, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market goods/cemarking/downloads/index_en.htm, 10 Aralık 2016

Çevrimiçi, http://mutucertification.com/id/sertifikasi-ekolabel, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Geri_d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://cevreonline.com/atik2/geri_donusum.htm, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://www.cevko.org.tr/, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, http://www.iso.org/iso/home/name_and_logo.htm, 10 Aralık 2016.

Çevrimiçi, https://www.gop.com/platform/americas-natural-resources/,01 Şubat 2016.

Çevrimiçi, https://newrepublic.com/article/123210/five-republican-delusions-about-environment ,01 Şubat 2016.

EKLER

Anket Soruları

Bu anket belirli yaş gruplarının "Yeşil" ve "Sürdürülebilirlik" konularında farkındalıklarını ölçmek ve bu konuyla ilgili davranışları hakkında bilgi edinmek amacıyla hazırlanmıştır.

Sorular:

1.Cinsiyetiniz

X Erkek X Kadın

2. Doğum Tarihiniz

X 1985 Öncesi X 1985 Sonrası

3. Aylık ortalama geliriniz

X 0-1000 TL X 1000-2000 TL X 2000-3000 TL X 3000-4000 TL X 4000 TL ve Üzeri

4. Dünyadaki doğal kaynakların bir ömrü ve sınırı mevcuttur, eğer önlem alınmazsa bu kaynaklar gelecekte tükenme tehlikesiyle karşı karşıyadır.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

5. Yeşil, çevreci ya da sürdürülebilir deyince aklınıza gelen markalar nelerdir?

……

6. Genel olarak firmaların/şirketlerin veya kurumların sürdürülebilirlikle ilgili çalışmaları hem doğal kaynakların gelecekte de var olmasını sağlayabilecek hem de sürdürülebilir bir dünya meydana getirebilecek düzeydedir.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

7. Sürdürülebilir bir çevre ya da marka, ürün, kurumlar gibi konular hakkında nasıl bilgi edindiniz?

X Televizyon X İnternet X Gazete X Dergi X Radyo x diğer

8. Doğal kaynakların sınırlı olmasıyla ilgili ya da sürdürülebilir kurumlar veya ürünlerle ilgili yazılı ya da görsel basında verilen bilgiler yeterlidir.

X kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

9. Sürdürülebilir kurumlar ya da ürünler ile ilgili bilgiler hangi yayın organıyla size ulaşsa daha güvenilir olabileceğini düşünürsünüz?

X Televizyon x internet x gazete X dergi X Radyo x diğer

10. Sürdürülebilir politikaları hassasiyetle uygulayan kurumların ve ürünlerin daha fazla tercih edilmesi gerektiği düşünüyorum.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

11. Çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünler hakkında olumlu fikirlere sahibim.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

12. Çevreye ve doğal kaynaklara zararı olmayan ürünleri satın alırken fiyat dengesizliği yok ise bu ürünleri diğer ürünlere tercih ederim.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

13. Satın aldığınız ortalama 10 üründen kaç tanesini alırken çevresel duyarlılık taşıyarak satın-alma davranışı gösteriyorsunuz?

X Hiçbiri X 1-2 x 3-4 x 5-6 x 7-8 x 9-10

14. Ürünün niteliği çok iyi bile olsa çevreye ve doğal kaynaklara zarar verdiğini bilerek yine de satın alınabilir.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

15. Çevreci ürünler, gelecek nesillerin de doğal kaynaklardan yararlanabilmesi adına etkili olabilir.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum
X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

16. Siyasi kurumların ve hükümetlerin çevreci, yeşil ve sürdürülebilir politikalar konusunda yeterli çalışmalar yaptıklarını düşünüyorum.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum

X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

17. Satın alınan ürünlerin ambalajlarının geri dönüştürülebilir veya çevreye zararsız olması önemli bir konudur.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum

X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

18. Hem doğal kaynakların etkili bir şekilde kullanılması hem de gelecek nesillerin de bu kaynakları kullanabilmesi adına enerji tasarrufu ve enerji tasarruflu ürünler önemlidir.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum

X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum

19. Dünyanın geleceğini önemseyen ve bu konuyla ilgili iyi bir gelecek planı olan siyasi kurum veya partiler insanlar üzerinde pozitif bir etki bırakmaktadır.

X Kesinlikle katılıyorum X Katılıyorum x Kısmen katılıyorum

X Katılmıyorum X Kesinlikle katılmıyorum